

## 調査資料－141

# 科学館・博物館の特色ある取組みに関する調査 －大人の興味や地元意識に訴える展示及びプログラム－

2007 年 7 月

文部科学省 科学技術政策研究所  
第 2 調査研究グループ

清水 麻記  
今井 寛  
渡辺 政隆  
佐藤 真輔

**A Study on Unique Exhibitions and Educational Programs  
which Appeal to Community and Adult Audiences in Science Related Museums**

**July 2007**

**Maki Shimizu**

**Kan Imai**

**Masataka Watanabe**

**Shinsuke Sato**

**2<sup>nd</sup> Policy Oriented Research Group**

**National Institute of Science and Technology Policy (NISTEP)**

**Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technology (MEXT)**

**Japan**

## 目 次

### 科学館・博物館の特色ある取組みに関する調査 ー大人の興味や地元意識に訴える展示及びプログラムー

【概要】 .....	1
1. 調査の背景と目的 .....	4
2. 調査方法 .....	7
2－1. アンケート調査.....	7
(1) アンケート票の作成 .....	7
(2) 調査対象科学館等の選定理由 .....	8
2－2. インタビュー調査 .....	8
3. アンケート結果の基本データ .....	9
(1) 回答館の都道府県別内訳 .....	9
(2) 年間入場者数 .....	10
(3) 大人/子どもの割合 .....	11
(4) 女性・男性の割合 .....	11
(5) 県内/県外 地域内/地域外の割合 .....	12
(6) 主な来館者層 .....	13
(7) 館の運営主体 .....	14
4. 科学館・博物館の特色ある取組み：地域の特色、大人向け、サイエンス&アート	15
4－1. 地域の特色を活かした展示・プログラムについての設問 .....	15
4－2. 大人のための展示・プログラムについての設問 .....	22
5 考察 .....	54
5－1. 地域の特色を活かした展示・プログラムについて .....	54
5－2. 大人を呼ぶための工夫をした展示・プログラムについて .....	55
5－3. サイエンスとアートの融合 .....	56
5－4. 地域別回答の主な結果 .....	59
6. まとめ .....	62
7. 謝辞 .....	63
8. 参考資料 .....	65

## 【概要】

### 1. 調査の背景・目的・方法

これまでの科学技術基本計画や先行文献で指摘されてきたように、サイエンスコミュニケーション活性化の必要性が高まっている。特に、もともと科学に関心の薄い人々をいかに取り込んでいくかが、国全体のサイエンスコミュニケーション活性化の鍵となる。そのようなサイエンスコミュニケーション活動の場として、子ども・大人、年齢、学歴の枠を越えた学びの場である博物館・科学館の活用が期待されている。今後、科学技術に対する興味・関心の裾野を拓げるために博物館・科学館をどのように効果的に活用していくのかを考えるにあたり、科学館・博物館において、どのようなテーマや方法の展示・プログラムが実施されているかについて把握・分析することを目的に据え、本調査を行った。調査方法は、独立行政法人科学技術振興機構（JST: Japan Science and Technology Agency）の科学館ポータルサイト 日本科学館めぐりのウェブサイト：<http://museum-dir.jst.go.jp/index.htm> に登録されている 623 館（2005 年 12 月時点で登録されていた館数）の科学系博物館を調査対象館としてアンケートを行った（2005 年 11 月～12 月）。アンケート回収率は 59.1%（368 館）であった。

### 2. 本調査における主な調査項目

本調査においては下記の 2 点に的を絞った。

#### ① 地域の特色を活かした展示・プログラムの実施状況

国全体のサイエンスコミュニケーション活性化のためには地域密着型の取組みが鍵となる。地域密着型であれば、地域の人々の関心を引きやすく、博物館に来てもらいやすい。各地域の博物館・科学館が地元の人々の興味・関心・ニーズに基づき、地域の特色豊かな展示・教育プログラムを提供することも使命のひとつである。

#### ② 大人を対象とした展示・プログラムの実施状況

日本では、科学館は子ども向けの施設であるという認識が一般的であり、大人にとって科学館が身近なものとなっていない。しかし、科学技術への理解の裾野を拓げる視点から考えると、世代を問わず科学館や博物館に興味を持ってもらい、科学リテラシーを身につけてもらう必要がある。また、大人が科学館や博物館に足を運ぶことで、子どもも一緒に連れてくるという効果も期待できる。

### 3. 調査結果

#### (1) 回答館の 66.3%の館が既に何らかの「地域の特色を活かした取組み」を行っている。

- ・ 地域の特色を活かした展示・プログラムとも、増加傾向にあると回答した館の割合が減少傾向にあるとした館の割合より上回っている。
- ・ 最も取り上げられているテーマは、展示・プログラムの両方とも地域の自然、動物、植物、昆虫など、「自然」に関するものであった。
- ・ 「自然」は、地域の特色が顕著に表れる分野であり、各地域の博物館・科学館が扱う展示内容の多様性を打ち出していく場合に有益である。
- ・ 一方、展示やプログラムであまり扱われていないテーマは「生活に使用されている科学技術」、「地域の科学者」、「医学」であった。今後、博物館・科学館で扱うテーマには、日々の生活に関連する科学技術の内容を充実させていくことが期待される。

#### (2) 博物館・科学館の 80%以上の館が大人を主要な来館者と考えている。

- ・ 自館を大人向けの施設として認識している館は全体の 31.3%で、大人・子どもの両方の施

設として認識している館は、52.2%であった。この両方を加えると、回答館の 83.5%の館が大人を主要な来館者として位置づけていることがわかった。科学館は子ども対象のものであるという通念とは異なり、博物館・科学館側の意識は必ずしもそうではないことが明らかとなった。

- ・ 大人向けの展示・プログラムとも、増加傾向にあると回答した館の割合が減少傾向にあるとした館の割合より上回っている。
- ・ 大人を呼ぶために各館が工夫している要素として以下の 8 項目が抽出された。
  1. 時間の調節（主に仕事帰りにも立ち寄ることができるよう閉館時間の延長）
  2. オーダーメイド企画（来館者の特性に合致した展示やプログラムの提供：例：お母さんのための科学教室など）
  3. 誰にでもアピール度の高い要素：ユニバーサル・ランゲージ、
  4. 季節に合った企画
  5. ユニークなテーマ
  6. 来館者のニーズに合ったテーマ
  7. ボランティア制度
  8. 周辺施設（駐車場、託児所、空間演出など）
- ・ 大人を呼ぶために工夫した展示及びプログラムで最も人気のあった事例は、「自然」関連で、展示では 29.7%（複数回答で得た総計 158 ポイント中 47 ポイント）、プログラムでは 16.1%（複数回答で得た総計 273 ポイント中 44 ポイント）であった。
- ・ これまで子どもに効果的だとして博物館・科学館に導入されてきた「ハンズオン」\*手法は、大人の興味を引く手法でもあることがわかった。

※「ハンズオン」：博物館の展示・プログラム手法で、「体験型」を示す一つの言葉。ごく最近できた言葉なので辞書に掲載されていないことが多い。モノに直接触ったり、実際に何かをやってみて自らの五官を働かせて学ぶ方法。

### (3) 日本独自のタイプのサイエンスとアートの融合が進んでいる。

本調査において主な調査項目ではなかったものの、今後のサイエンスコミュニケーション活性化を進める上で重要な取組みとなるサイエンスとアート融合事例について以下のことが明らかとなった。

- ・ 全国の科学館・博物館において日本独自のタイプのアートとサイエンスの融合事例が認められた。
- ・ 日本においてはサイエンスとアートの融合展示・プログラムに関して、そのかけ合わせ型の試みが認められる。このかけ合わせ型に次のような事例がある。筆者の見解ではあるが、文学作品と自然との融合の試みが日本独自の特徴のひとつではないかと思われる。

例（館名）	アート×サイエンス	内容
1（石川県立児童館）	文学×鉱物【展示】	「銀河鉄道の夜」：宮沢賢治作「銀河鉄道の夜」にでてくる岩石や銀河系を紹介
2（伊丹市昆虫館）	タイガース（スポーツ） ×昆虫【展示】	タイガース優勝時にトラのつく虫の標本を展示。
3（防府市青少年科学館）	文学×天文【プログラム】	「中原中也と中秋の名月」：中原中也が詠んだ月に関する詩の解説及び月観望。
4（愛媛県立博物館）	文学×植物【展示】	「万葉集の植物」：万葉集に歌われている植物を俳句の説明とともに紹介。
5（山形県立博物館）	フィギア（ポップカルチ	「おまけになった生き物」：生き物のフィギアとともに実物標本を紹介

館)	ヤー) × 生物【展示】	介。
6 (越谷市児童館コスモス)	蛍 (光) × 天文【プログラム】	「プラネタリウムとホテルのタペ」: 市のホテルの会で飼育しているホテルを星空の中で飛ばしながら、天文解説。
7 (京都市青少年科学センター)	季節の行事 (クリスマス) × 天文【プログラム】	「クリスマス番組」: プラネタリウムでクリスマスにまつわる伝説や星空の解説を行い、季節イベントの雰囲気を楽しんでもらう。

- ・ サイエンスとアートの融合型の展示・プログラムは大人に人気がある。
- ・ 今後のサイエンス&アートに関しては、日本らしさがキーワードになる：盆栽、苔玉、香など。
- ・ サイエンスとアートの融合事例（展示・プログラム）に関しては、科学館と美術館との連携の可能性が考えられる。
- ・ 科学館・博物館において、エントランス・展示室にアート・オブジェがあると回答した館は133/368 館（36%）であった。オブジェは館のコンセプトをシンプルにうまく表現しているものが多いため、オブジェを利用した展示解説やオリエンテーションの実施も科学に関心の低い層を巻き込んでいく方策として可能性がある。

（４）インタビュー結果、アンケート結果を踏まえた上での具体的な提案を下記に列挙する。

- ・ 現在、地方の博物館においては、予算の減少や制限などの苦しい現状が認められる。既に各館では、現状に即した様々な工夫が行われているが、科学館・博物館活動を充実させるためにも、ガイドライン的ではない、それぞれの地域の現状にあわせた取り組みを行っていく。
- ・ サイエンスとアートのかけ合わせ型において多様な可能性が認められた。盆栽などの事例（東山植物園、京都府立植物園）に見られるように日本的な「文化としての科学」を提唱し、広めていくことができそうであり、その題材は、自然科学とともに共存してきた日本文化や歴史の中にヒントを見つけられるかもしれない。大学と連携プロジェクトを組んで展示やプログラムを開発するなど、予算面や人材面を外部からサポートする仕組みも効果的である。
- ・ 「生活に使われている科学技術」を切り口としたテーマは、小規模でもよいので巡回展として開発し、共有していく。
- ・ 各地域で既に行われている優れた事例を共有していく手段として、データベースの構築が有効である。

## 1. 調査の背景と目的

我々の生活は科学と技術の発達によりますます便利になり、一般の人々はその便益を日常生活の中で享受するようになっている。日本人のうち 70%以上が携帯電話を持ち<sup>1</sup>、インターネット世帯浸透率は 80%を超えた<sup>2</sup>。しかしながら、一般の人々のほとんどはこうした科学や技術の仕組みや、その利用の実態を気にすることなく、最新の科学技術が満ち溢れた世界に暮らしている。めざましい科学技術の発展の中で、科学技術と人々の知識との乖離は急速に進みつつある。また、科学技術の恩恵で我々の生活は便利になった一方、そのために、生活はあっという間に複雑化している。たとえば、国際的な輸出入に関連して、狂牛病や遺伝子組換え食品等、これまで扱う必要がなかった問題も、一人一人の消費者が対応しなければならない状況にある。だからこそ、一般レベルにおいて科学技術に関するコミュニケーションの活性化を促進することが期待されている。

渡辺・今井（2003、2005）<sup>3, 4</sup>は、国全体としてサイエンスコミュニケーションの活性化を行う必要性として以下の理由を挙げている。

すなわち、第一に、資源に限りのある小さな国である日本が、国策として高水準の科学技術レベルを保持することは重要であること、第二に、国全体の科学技術力を高めようとすると、科学技術に対する社会の基本的な知識レベルの底上げも同時に必要であること、第三に、健康管理や自己の意思決定を含めて、個人が豊かな生活を送る上で科学的な考え方や合理的な価値判断ができるようになること、等を述べている。

国家レベルにおいても、科学技術基本計画及び上記の報告書などを通して、サイエンスコミュニケーションの活性化の必要性が認識され始めてきている。2001年から2005年にかけての第2期科学技術基本計画の「基本理念4. 『科学技術と社会の新しい関係の構築』」においては、「『社会のための、社会の中の科学技術』という観点の下、科学技術と社会との間の双方向のコミュニケーションのための条件を整えることが不可欠であり、科学技術の現状と将来に対する正しい情報が提供されなければならない。」と言及されている。また、これに続く、2006年から2011年にかけての第3期科学技術基本計画においても、「第4章 社会・国民に支持される科学技術、3. 『科学技術に関する国民意識の醸成』」において、引き続きサイエンスコミュニケーションの活性化の重要性が説かれている。具体的には、「理数教育の充実に加え、成人の科学技術に関する知識や能力（科学技術リテラシー）を高めることが重要であり、社会・国民の科学技術に対する理解・認識の深化に向けて、科学技術と文化や芸術との融合等の新たな手法についても取り組む必要があり、幼少期から高齢者まで広く国民を対象として、科学技術に触れ、体験・学習できる機会の拡充を図る。具体的には、国立科学博物館・日本科学未来館をはじめとする科学館・博物館等の充実を図る」と記されている。

サイエンスコミュニケーションの活性化には、新聞やニュースなどのマスメディア、学校教育など様々な手法があるが、第2期・第3期基本計画にも明記されているように、サイエンスコミュニケーションの活性化のためには全ての子ども・大人に対して、学校教育

---

<sup>1</sup>平成 14 年度「通信利用動向調査」、2004。

<sup>2</sup>インターネット白書 2005、財団法人インターネット協会、2005。

<sup>3</sup> 渡辺政隆・今井寛、「Discussion Paper No.39 科学技術コミュニケーション拡大への取組みについて」、文部科学省 科学技術政策研究所、2005。

<sup>4</sup> 脚注 2 に同じ。

以後の学びを継続させていく社会教育が欠かせない。総務省の人口推計月報によると、65歳以上の人口は既に総人口の20%を占めている<sup>5</sup>。今後、更なる超高齢化社会の到来を迎えるにあたり、生涯学習の場として期待される博物館・科学館の有効活用はサイエンスコミュニケーション活性化の分野においても推進されるべきである。

博物館・科学館は、個人の学歴、価値観、年齢などに関らず利用できる社会教育施設であり、学校教育終了後、多様なバックグラウンドをもつ子どもから大人までの学習者を受け入れる学習の場は、博物館・科学館の他に存在しない。博物館・科学館を利用したサイエンスコミュニケーション活性化については、渡辺他（2002）<sup>6</sup>がその重要性を訴えると同時に、日本の博物館・科学館の活用度が低いことを指摘している。中村他（2004）<sup>7</sup>は『『科学館学習を受けること』と『児童生徒の理科に関する意識が高いこと』の間に相関関係がある』ことを明らかにした。こうした先行調査の結果を踏まえて、科学博物館の利用を通じた幼少期から高齢期までの国民に対する科学技術コミュニケーションのためには、どのように博物館・科学館を利用していくのかを検討していくことが次なる課題であると思われる。

それでは、日本人はどのくらい科学系博物館（動物園・水族館等を含む）を利用しているのだろうか。2006年の米国科学工学指標（2006）<sup>8</sup>及び科学技術政策研究所の意識調査に関する報告書（Watanabe、2004）<sup>9</sup>によると、調査対象者の米国人の30%が一年に一度以上、科学系博物館を訪れているのに対し、日本人の訪問は26%であった。また、調査対象者の米国人の58%が動物園・水族館に一年に1回以上訪れていたが、日本人では、全体の43%が訪れるという結果であった。

現在、動物園、水族館、植物園を含めると、日本には1,094の自然科学系の博物館・科学館があり、国立科学博物館・日本科学未来館を中心として、科学技術コミュニケーションの使命を担うことのできる博物館は、都道府県数で割ると一県あたり23.3館の科学系の施設が存在することになる。米国との比較から、現在の日本において、人々が博物館・科学館を有効に活用できる素地作りを促進できる可能性が今後まだまだあるといえよう。

日本の科学館の歴史を遡ると、1916年に当時の教育博物館（現独立行政法人国立科学博物館）で博物館の父と呼ばれる棚橋源太郎館長が「生活の科学化」を提唱し、日本最初の特別展として「コレラ病予防通俗展覧会」を開催した（日本博物館協会、2000）<sup>10</sup>。当時、コレラは日本でも猛威を振るっており、50日間に4万人余の入館を記録した（国立科学博物館、1977）。<sup>11</sup> この「コレラ病予防通俗展覧会」の後も、「天然痘予防展覧会（1918）」や「家事科学展覧会（1918）」など、生活と関係深い科学の特別展を、1916年から1921年までの5年間で11回行ったことが記録されている。これらのことから、時代背景や人々のニーズに違いはあるが、科学館は必要な時期に必要な情報を人々に供給してきた時代があったことが窺える。現在、科学館・博物館は全国的に配置されており、江戸時代に見られた寺子屋が全国に行き届く教育の場を提供し、一般の人々の科学リテラシーを高める重要

<sup>5</sup>人口推計月報、総務省、2006。

<sup>6</sup>渡辺政隆・小泉勝利・小嶋典夫、今井寛、平野千博、「調査資料-91 科学系博物館・科学館における科学技術理解増進活動について」、文部科学省 科学技術政策研究所、2002。

<sup>7</sup>中村隆史、大沼清仁、今井寛、「調査資料-107 学校教育と連携した科学館等での理科学習が児童生徒へ及ぼす影響について」、文部科学省 科学技術政策研究所、2004。

<sup>8</sup> Science & Engineering Indicator 2006, “Chapter 7: Science and Technology: Public Attitudes and Understanding”, 2006※データは2001年収集。.: <http://www.nsf.gov/statistics/seind06/c7/c7h.htm>

<sup>9</sup> 脚注1に同じ。

<sup>10</sup> Japanese Council of Science Museums, International Symposium, The Role of the Science Museum/Center Network in informal Science Learning, “Science Museums in Japan,” 2000.

<sup>11</sup> 国立科学博物館、「国立科学博物館百年史」、1977年。



な役割を果たした例と同様に、科学館・博物館をインフラとして活用していくことは、基礎科学の土台をつくり、全国的なサイエンスコミュニケーションの促進に効果的である。しかしながら、実際に全国に配置されている各館が、サイエンスコミュニケーションの活性化に関してどのような展示・プログラムを持ち、活動しているのかについての調査データが乏しい。

本調査は、全国の科学館や博物館においてサイエンスコミュニケーションに関連する効果的な展示・プログラムがどのようなテーマや方法で実施されているかをアンケート及びインタビュー調査によって把握・分析することを目指したものである。調査においては、下記の二点に的を絞った。

- ① 地域の特色を活かした展示・プログラムの実施状況
- ② 大人を対象とした展示・プログラムの実施状況

①について、国全体でのサイエンスコミュニケーションの活性化のためには地域密着型の取組みが鍵となると言える。地域密着型であれば、地域の人々の関心を引きやすく、博物館に来てもらいやすい。渡辺他（2003）<sup>12</sup>は、科学系博物館の今後の活動方針として「地域性の活用」を指摘している。各地域の博物館・科学館が地元の人々の興味・関心・ニーズに基づき、地域の特色豊かな展示・教育プログラムを提供することも使命の一つである。

次に、②について、日本では科学館は子ども向けの施設であるという認識が一般的であり、大人にとって科学館が身近なものとはなっていない。しかし、科学技術への理解の裾野を拡げる観点から考えると、世代を問わず科学館や博物館に興味を持ってもらい、科学リテラシーを身につけてもらう必要がある。また、大人が科学館や博物館に足を運ぶことで、一緒に子どもも連れてくるという効果も期待できる。

本調査においては、サイエンスコミュニケーション活動の場である科学館や博物館において、もともと科学に対して関心の低い層の人々の間に関心・好奇心を呼び起こすための展示及びプログラムにはどのようなものがあるかについて調査を行った。また、全国 368 館から得られた回答データは、全国の科学館・博物館における展示やプログラム内容を整理した初めてのデータ集となり、全国各地の取組み事例や手法を共有するに当たって、役立つと期待される。

---

<sup>12</sup> 脚注 2 と同じ。

## 2. 調査方法

### 2-1. アンケート調査

独立行政法人 独立行政法人科学技術振興機構（Japan Science and Technology Agency、以下 JST）<sup>13</sup>の日本の科学館めぐりのサイト：<http://museum-dir.tokyo.jst.go.jp/> に登録されている全 623 館に対して、2005 年 12 月にアンケート票（巻末の資料 1 を参照）を送付した上で、回答館の選択により、郵送してもらうか、又はウェブ上からダウンロード・記入してもらったものを Eメールにて回収を行った。2005 年 12 月中旬を目処に回収したが、実際には最終の回収は 2006 年 1 月末までとなり、368 館より回答を得た（回収率：59.1%）。

#### （1）アンケート票の作成

アンケート票（巻末の資料 1 を参照）は各館の基本データに加え、3 つの主要な質問により構成されている（3 つのうち 2 つは前述の 2 点）。

##### 1. 地域の特色を活かした展示（常設・特別展の両方を含む）・プログラムについて

問 1-1. : 地域の特色を活かした展示・プログラムがあるかどうか

問 1-2. : 地域の特色を活かした展示・プログラムが館全体の展示及びプログラムに占める割合と増減の傾向について

問 1-3. : 地域の特色を活かした展示・プログラムの具体例（一例ずつ）

##### 2. 大人のための展示（常設・特別展の両方を含む）・プログラムについて

問 2-1. 問 2-2. : 館が大人向けかどうか

問 2-3. 問 2-4. : 大人を呼ぶことに対しての工夫の有無及びその具体例

問 2-5. : 大人を呼ぶことに対して工夫した展示・プログラムの反響

問 2-6. : 大人を呼ぶことに対して工夫したプログラムや展示の全体に占める割合と増減の傾向について

問 2-7. : 大人を呼ぶことに対して工夫した展示・プログラムの具体例（一例ずつ）

---

<sup>13</sup> 科学技術基本計画の中核の実施機関として、JST 設置法により設置された独立行政法人。「科学技術創造立国の実現を目指して、技術シーズの創出、基礎研究から企業化までの一貫した研究開発の推進及び科学技術情報の流通促進など科学技術の振興を図ることを使命としている（加藤善一、科学技術振興機構、『科学技術の理解増進と科学系博物館』、『ミュージアムマネジメントトゥデイ 4：環境教育と自然系博物館の役割』、常盤大学・内田洋行共同開発研究プロジェクト、2005）。

問2－8. :もともと大人を呼ぶために工夫をしたわけではない展示・プログラムの中で  
予想外に大人に人気があった、もしくは参加が多かったものについての有無

問2－9. :予想外に大人に人気のあった展示・プログラムの具体例（一例ずつ）

### 3. 科学館・博物館におけるアート・オブジェまたはそれに類するものについて

問3－1. :科学館・博物館におけるアート・オブジェの有無

問3－2. :アート・オブジェが配置されている場所

問3－3. :アート・オブジェがどのようなものか、どのように役立っているか

\*このアート・オブジェに関する設問は、本調査の2つの主眼には当てはまらないが、アートとサイエンスの融合という観点で、今後活用の意義・可能性があると思われるため、集計結果を掲載したが、詳細な分析は行っていない。

## （2）調査対象科学館等の選定理由

全国の科学系博物館が登録されている組織として、全国科学博物館協議会（全科協）には236館、全国科学館連携協議会（連携協）に176館の登録がある。JSTの日本の科学館めぐりのサイト：<http://museum-dir.tokyo.jst.go.jp/> に登録されている館は623館で、全科協・連携協のほとんどを包括し、登録されている科学系博物館のリストとして最も多く、有効であると考え、日本の科学館めぐりのサイトの登録館を調査対象科学館とした。なお、このサイトの登録館の中には、総合博物館、美術館、歴史系博物館などが含まれている。サイエンスコミュニケーションの活性化が広く展開されるにあたっては、自らの館を「科学館めぐり」のサイトに登録しているこれら博物館群の取組みも大いに期待されるため、調査対象に含めた。

### 2－2. インタビュー調査

インタビュー調査としては、先のアンケートから特徴ある館を選定し、1）地域の特色を活かした展示・プログラムの実施状況、2）大人向けの展示・プログラムの実施状況の詳細に加え、科学館・博物館の現状と課題について調査した。インタビュー調査を行った館は以下の8館である。

1. いおワールドかごしま水族館（鹿児島県）
2. 牛の博物館（岩手県）
3. 久慈琥珀博物館（岩手県）
4. 防府市青少年科学館（山口県）
5. ロボスクエア（福岡県）
6. 大牟田石炭産業館（福岡県）
7. 自転車博物館（大阪府）
8. トヨタ博物館（愛知県）

なお、インタビュー調査は巻末に補遺としてまとめた。

### 3. アンケート結果の基本データ

調査票の基本データ部分の回答結果から得られた博物館・科学館の概要を紹介する。科学館めぐりのサイトと同様の分類に従って、有効回答を得ることができた 368 館の内訳を地区別にみると図 3-1 のようになった。館の分布としては、関東地方が 102 館と最も多く、次いで中部地方が 82 館、近畿地方が 64 館であった。最も少なかった地区は、四国地方の 11 館であった。

#### (1) 回答館の都道府県別内訳

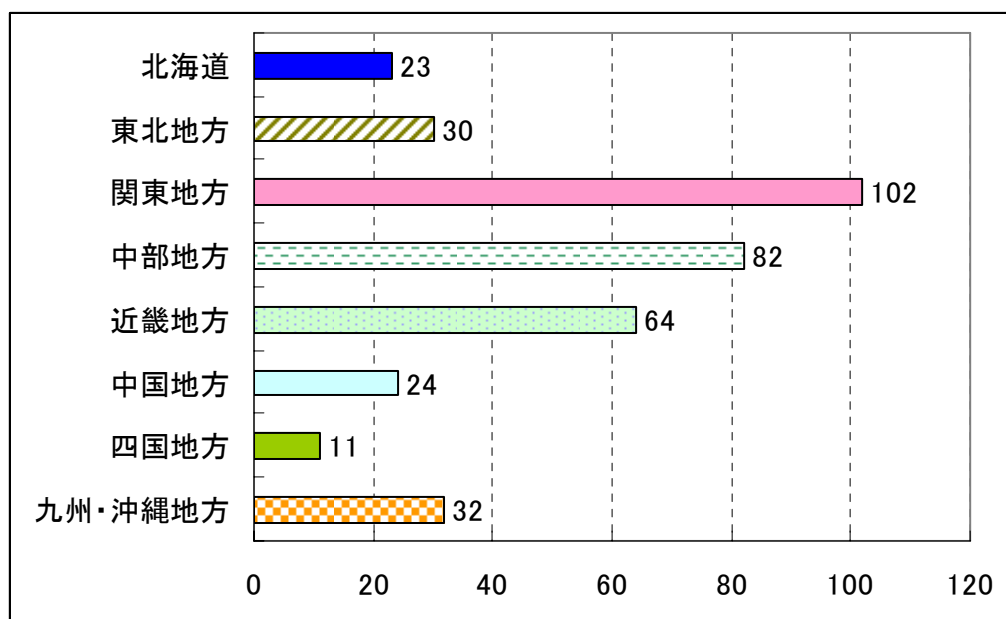


図 3-1 回答館の都道府県別内訳 (N=368)

なお、それぞれの地区別の都道府県は J S T の科学館めぐりのサイトの分類に従った。地区別の分類は以下のとおりである。

北海道

東北地方 (青森県 岩手県 宮城県 秋田県 山形県 福島県)

関東地方 (茨城県 栃木県 群馬県 埼玉県 千葉県 東京都 神奈川県)

中部地方 (新潟県 富山県 石川県 福井県 山梨県 長野県 岐阜県 静岡県 愛知県)

近畿地方 (三重県 滋賀県 京都府 大阪府 兵庫県 奈良県 和歌山県)

中国地方 (鳥取県 島根県 岡山県 広島県 山口県)

四国地方 (徳島県 香川県 愛媛県 高知県)

九州・沖縄地方 (福岡県 佐賀県 長崎県 熊本県 大分県 宮崎県 鹿児島県 沖縄県)

## (2) 年間入場者数

年間入場者数の内訳は下図のとおりである。入場者数 1～3 万人の館が最も多く、83/368 館 (22.6%) であった。次に多かったのが、入場者数 10～20 万人の館で、69/368 館 (18.8%)、次いで 1 万人未満が 57/368 館 (15.5%) であった。

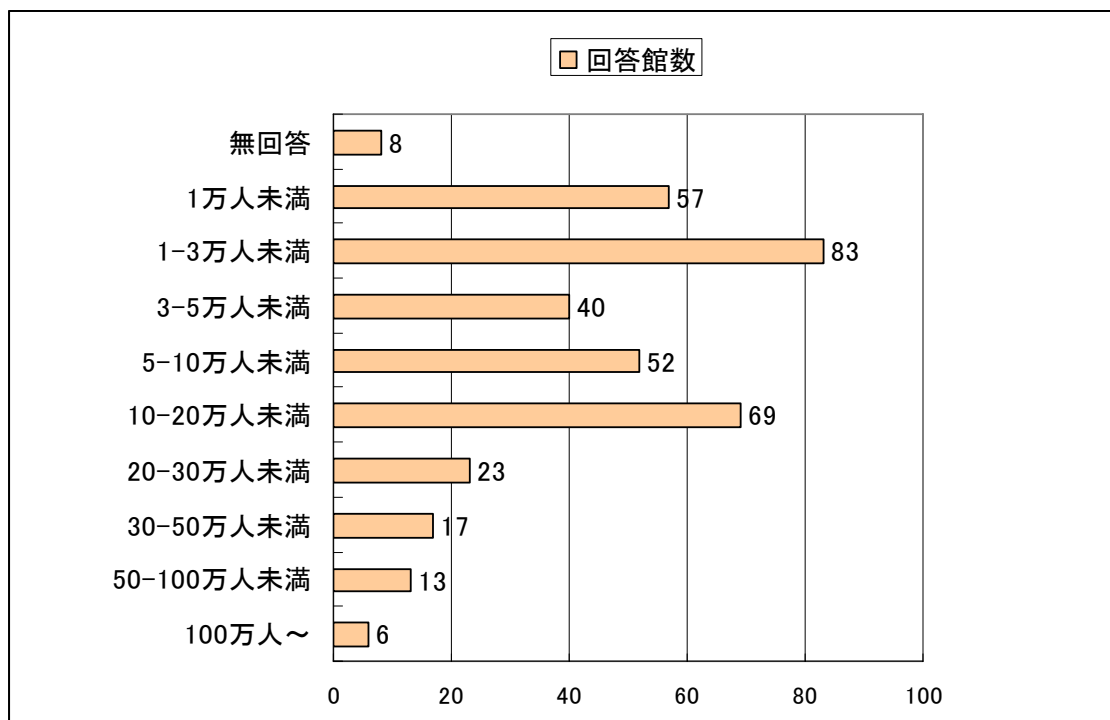


図 3-2 年間入場者数の内訳 (N=368)

### (3) 大人/子どもの割合

大人/子どもの割合については、368 館全てから回答があり、大人の割合が 50%以上の館が 201/368 館（54.6%）で、50%未満の館が、167/368 館（45.4%）であった。

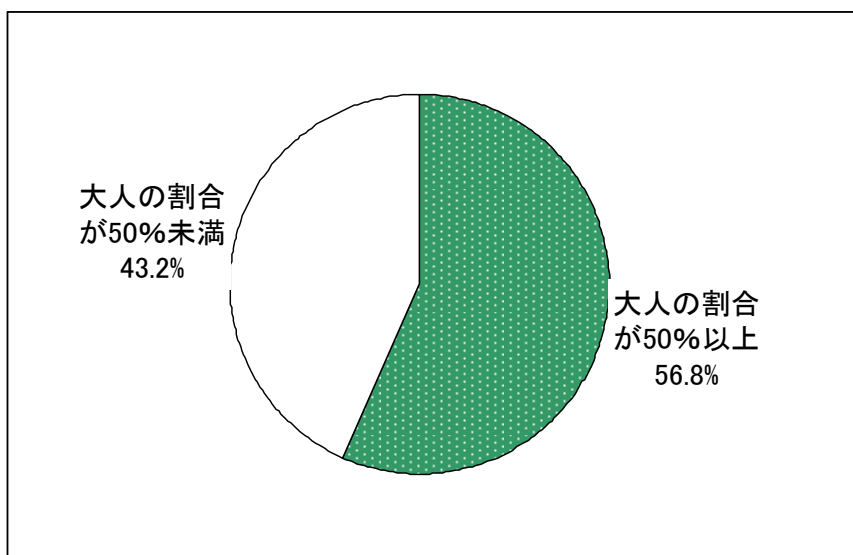


図 3-3 大人・子どもの割合 (N=368)

### (4) 女性・男性の割合

女性/男性の割合については、368 館中 283 館より回答があった。来館者に占める女性の割合が 50%以上の館は、120/283 館（42.4%）で、女性の割合が 50%未満の館は、163/283 館（57.6%）であった。

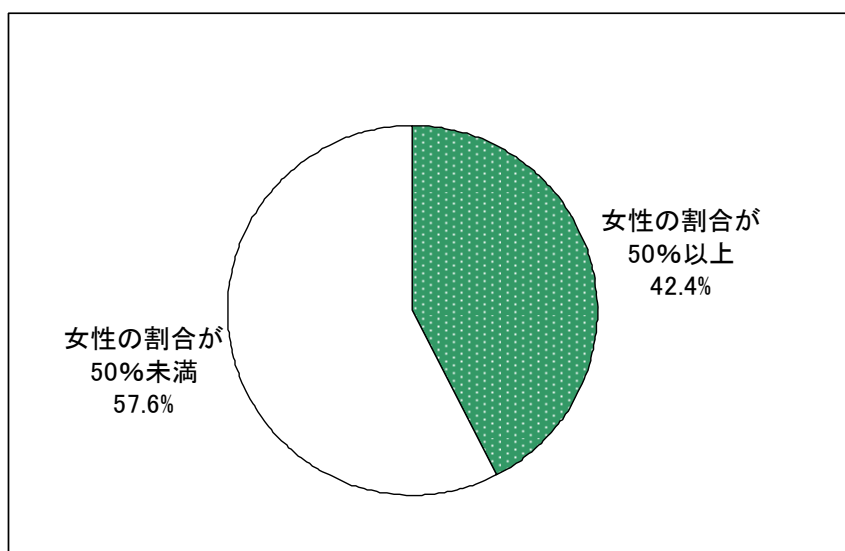


図 3-4 女性・男性の割合 (N=283)

### (5) 県内/県外の割合

県内/県外の割合については、225 館より回答があった。来館者に占める県内の来館者の割合が 50%以上の館は、98/225 館（43.6%）で、県内の来館者の割合が 50%未満の館は、127/225 館（56.4%）であった。

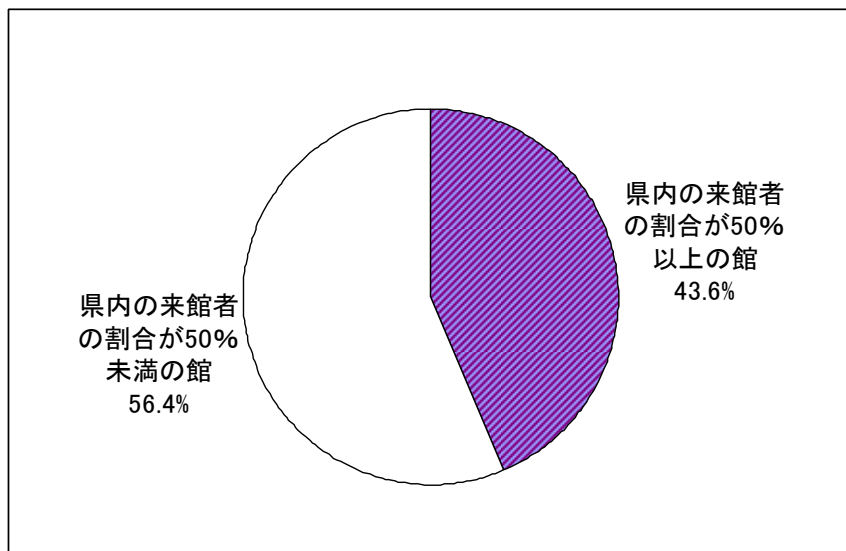


図 3-5 県内/県外の割合 (N=225)

#### (6) 主な来館者層

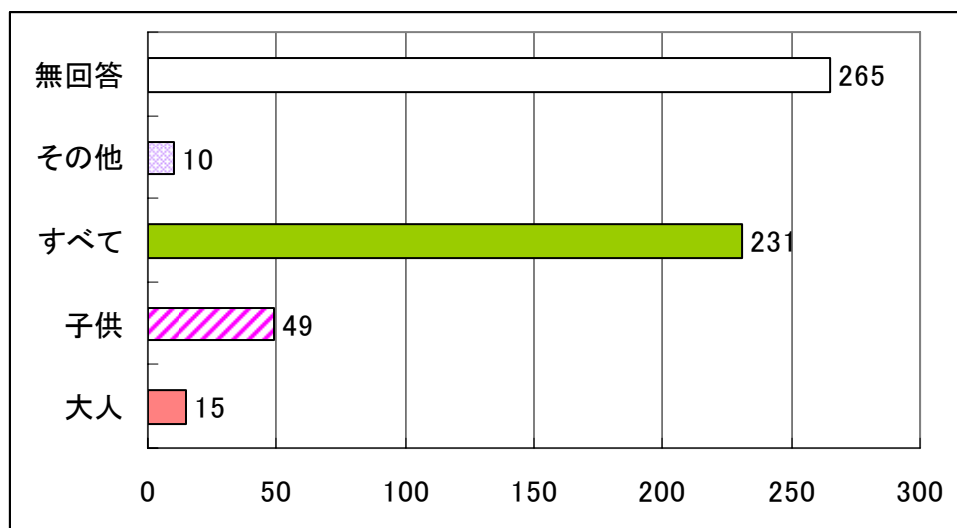


図3-6 主な来館者層 (N=570)

主な来館者層としては、複数回答であったため、回答ポイント数は合計 570 ポイントで、最も多かった来館者層は、大人も子どもも含む「すべて」で 231 ポイント、次が「子ども」で 49 ポイント、3 番目は大人で 15 ポイントであった。



### (7) 館の運営主体

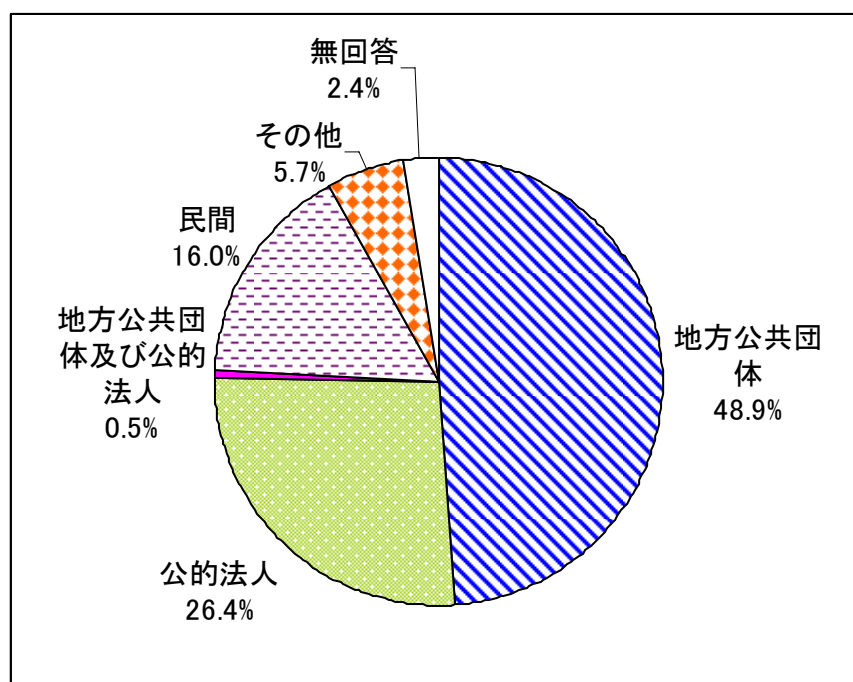


図 3 - 7 館の運営主体 (N=368)

館の運営主体に関する設問については、368 館中、48.9%が地方公共団体、26.4%が公的法人、地方公共団体及び公的法人は、0.5%、民間は 16.0%であった。その他と回答した館の内訳は、国やNPOなどが含まれる。

## 4. 科学館・博物館の特色ある取組み：地域の特色、大人向け、サイエンス＆アート

### 4－1. 地域の特色を活かした展示・プログラムについての設問

問 1－1. 地域の特色を活かした展示・プログラムはありますか。

図 4－1 は、問 1－1. 「地域の特色を活かした展示・プログラムはありますか」という問いに対する回答の集計結果である。この設問に関して、自館において「地域の特色を活かした展示・プログラムがある」と回答したのは 244 館（66.3%）、「ない」と回答した館は 111 館（30.2%）であった。6 割以上の館が、地域の素材、テーマなどを題材に、独自にさまざまな展示やプログラムを開発していることがわかる。

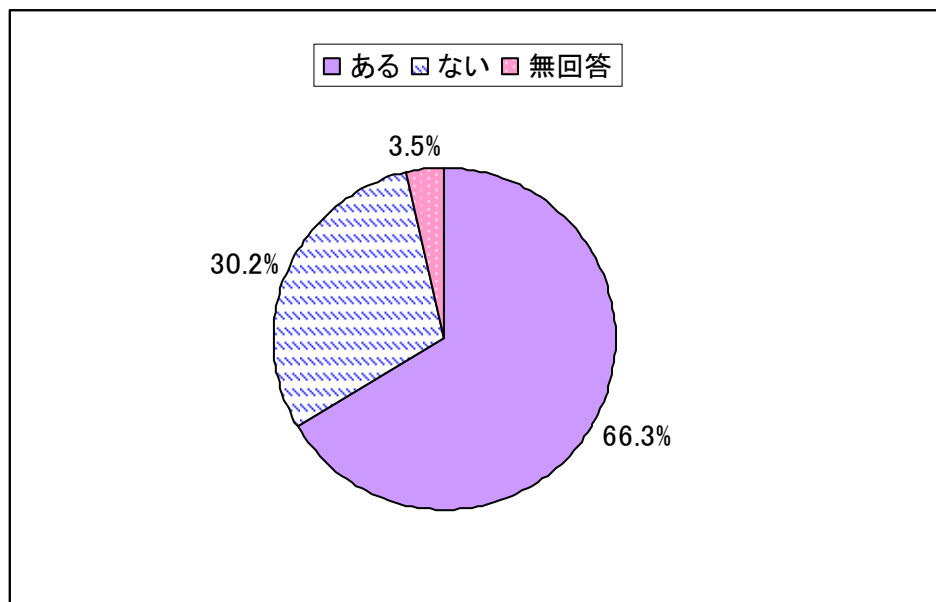
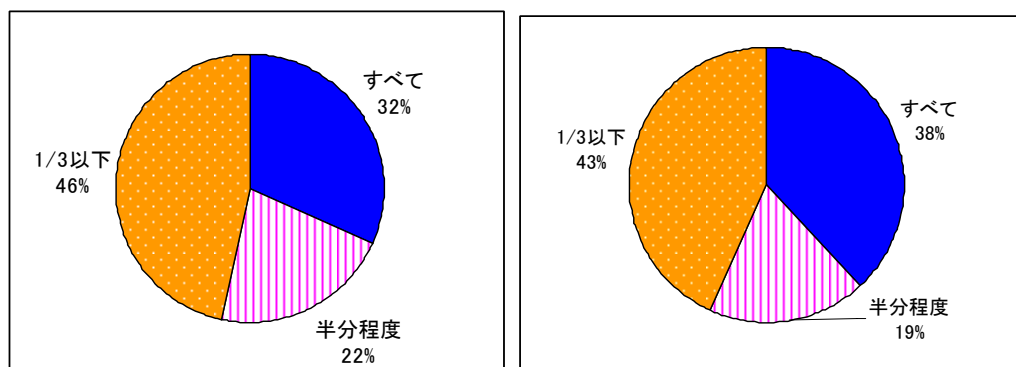


図 4－1 地域の特色を活かした展示・プログラムはありますか。(N=368)

問 1－2. 地域の特徴を活かした展示・プログラムの全体に占める割合と増減傾向

次の図 4－2 及び図 4－3 は、問 1－2.「地域の特徴を活かした展示・プログラムの数、全体に占める割合、そうした展示・プログラムの増減についての設問」に対する回答結果を示したものである。

図 4－2 は、地域の特徴を活かした展示・プログラムが館の展示・プログラム全体に占める割合である。回答のあった館のうち、本設問への無回答を除いたもの(展示 234 館、プログラム 166 館)のうち、地域の特徴を活かした展示が全体に占める割合がすべてであると回答した館は 74 館 (32%)、地域の特徴を活かしたプログラムの割合がすべてであると答えている館は 63 館 (38%) であった。また、すべてではないが地域の特徴を活かした展示・プログラムが全体の半分程度であると回答した館は、展示では 51 館 (22%)、プログラムでは 31 館 (19%) であった。また、地域の特徴を活かした展示が全体に占める割合が 1/3 以下であると答えた館は、109 館 (46%)、プログラムでは 72 館 (43%) であった。



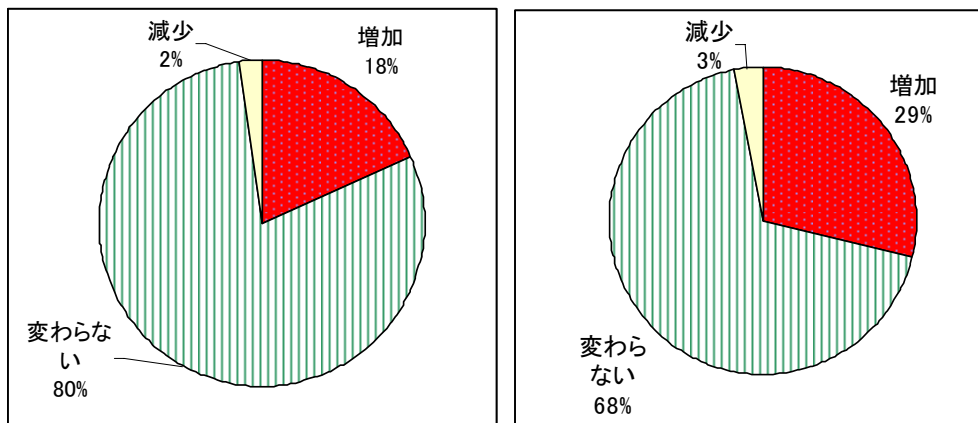
地域の特徴を活かした展示(N=234)

地域の特徴を活かしたプログラム(N=166)

図 4－2 地域の特徴を活かした展示・プログラムの占める割合

図 4－3 は、引き続き、問 1－2.「地域の特徴を活かした展示・プログラムは、現在増加する傾向にあるか、減少する傾向にあるか」について尋ねたものである。増加していると回答した館は、展示では 43 館 (18%)、プログラムでは 48 館 (29%) であった。こうした展示・プログラムの数には変化がないと回答した館は、展示では 185 館 (80%)、プログラムでは 113 館 (68%) であった。また、減少していると答えた館は、展示、プログラムの両者とも 5 館 (展示 2%、プログラム 3%) であった。以上より、地域の特徴を活かした展示・プログラムとも、増加傾向にあると回答した館の割合が減少傾向にあるとした館の割合より上回っている。ただし、展示については、特に、制作費などに大きな予算が必要なこともあり、一度制作してしまうと、それ以後はあまり変わらないようである。

表 4－1 の地域の特徴を活かした展示・プログラムのクロス集計から、地域の特徴を活かした展示に変化がなかった場合、プログラムの増加で補っている場合もあることが窺える。



地域の特色を活かした展示(N=233)      地域の特色を活かしたプログラム(N=166)

図 4-3 地域の特色を活かした展示・プログラムの増減  
(※無回答館は除く)

表 4-1 地域の特色を活かした展示・プログラムの増減 クロス集計  
(無回答は除く N=118)

プログラム		増	変わらない	減	総計
展示	増	2	17	3	22
	変わらない	20	66	3	89
	減	1	3	3	7
	総計	23	86	9	118

問 1－3. (その 1) 地域の特徴を活かした展示のテーマ別分類と具体例

次に、地域の特徴を活かした展示・プログラムの具体例を題材・テーマ別に分類し、まとめたものをそれぞれ表 4－2・表 4－3 に示す。

表 4－2 は、問 1－3. 「地域の特徴を活かした展示の例を記述してください」という設問に対する回答を集計・分析し、記述された事例の分類と具体例を整理したものである。記述回答を得た館は、235 館、展示事例は 237 例であった。分析の結果、展示の題材・テーマについては、14 のカテゴリーに分類された。最も多く開催されている展示テーマは、地域の自然、動物、植物、昆虫、鉱物など「自然」をテーマにする展示で、140 例（記述回答事例の 59.1%）であった。次に多く回答を得たテーマは「地域の歴史や遺産を紹介していくものや歴史的な観点から街の移り変わりを扱った展示内容」で 30 例（記述回答事例の 12.7%）であった。3 番目に多かったテーマは、「地域の産業・科学技術・伝統工芸」などを扱った展示内容で、26 例（記述回答事例の 11.0%）であった。

図 4－4 は、地域の特徴を活かした展示テーマの内訳の割合を示したものである。これを見ると、「自然」などのテーマはより扱いやすいが、「生活に使用されている科学技術」、「地域の科学者」、「医学」など、サイエンスコミュニケーションの活性化に必要なテーマではあるが、展示としては比較的扱いにくいものであるかもしれない。

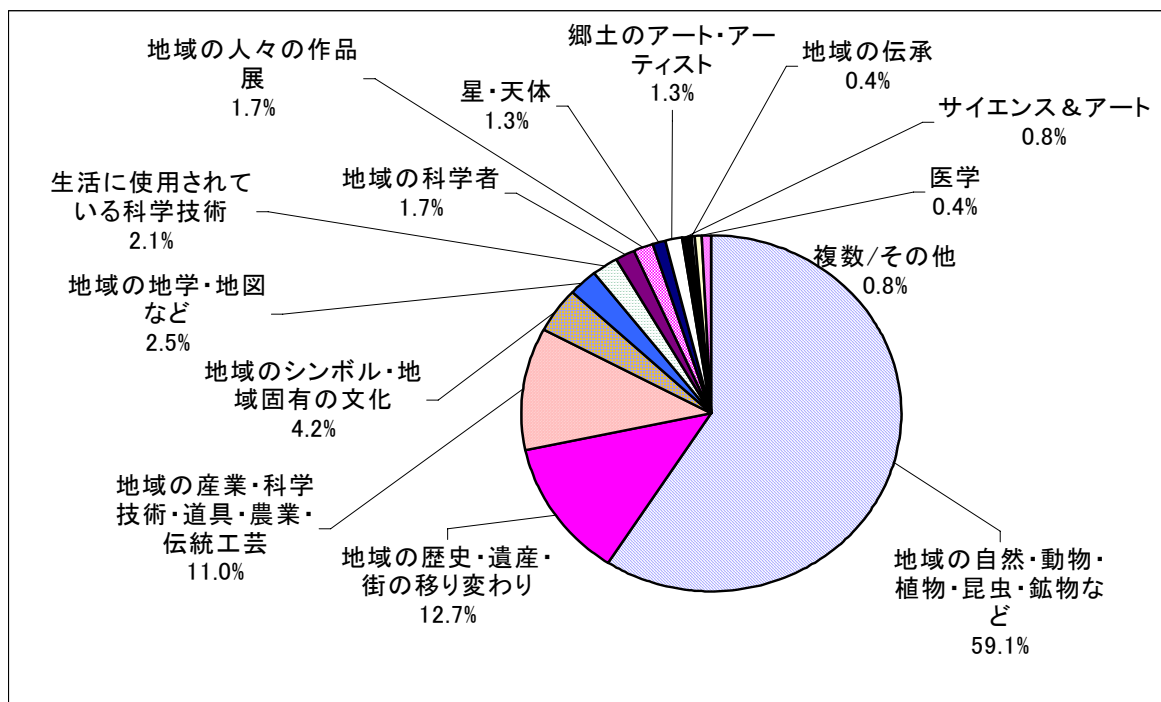


図 4－4 地域の特徴を活かした展示テーマの内訳

表4-2 地域の特徴を活かした展示の具体例とその分類（回答館数 N=235）

	題材・テーマ	事例数 (%)	具体例
1	地域の自然・動物・植物・昆虫・鉱物など	140 (59.1)	「北国の動物はなぜ大きい？」 ：最先端のコンピュータ技術「ミックスド・リアリティ」を使い、200インチスクリーンで大迫力の映像を体験しながら「ベルグマンの法則」を学ぶ(旭川市科学館)
2	地域の歴史・遺産・街の移り変わり	30 (12.7)	「彩湖」 ：荒川をテーマに「彩湖」を取り上げ、今日の彩湖が果たす役割をその昔荒川堤防における人々の生活の変遷について紹介(戸田市立郷土博物館)
3	地域の産業・科学技術・道具・農業・伝統工芸	26 (11.0)	島津製作所を育んだ京都 ：明治初期の京都府産業政策の中心地と島津の創業の関係(島津創業記念資料館)
4	地域のシンボル・地域固有の文化	10 (4.2)	特別企画展「原爆に耐えた樹木たち」 ：原爆に耐えて現在も生き存ける被爆樹木とその保護活動を紹介(広島市植物公園)
5	地域の地学・地図など	6 (2.5)	「秋田県地質産産模型」 ：模型は秋田県の地質図を立体化したもの(十万分の一)。700個のランプが秋田県の各金属鉱床・鉱山跡・温泉地などを表示する(秋田大学工学資源学部附属鉱業博)
6	生活に使用されている科学技術	5 (2.1)	「庄内町(立川)における風力発電の取り組み他」 ：局地風「清川だし」、風力発電の歴史、風力発電体験模型他(ウィンドーム立川)
7	地域の科学者	4 (1.7)	「斎藤憲三・山崎貞一 メモリアルホール記念展示室」 ：フェライトを工業化し、今の豊かな市の礎を築いた斎藤憲三氏とフェライトの発展に尽くした山崎貞一氏の記念展示(フェライト子ども科学館)
8	地域の人々の作品展	4 (1.7)	1)写真展 2)絵画コンクール展 3)船舶模型工作展 ：1)四国の海・風景の写真 2)四国の中学生の海の絵を展示 3)県内の小学生が作った模型船舶(海の科学館)
9	星・天体	3 (1.3)	「季節の星雲星団」 ：天文台から見ることのできる星空を撮影した画像をもとに作られた、星雲や星団を紹介するビデオ(みさと天文)
10	郷土のアート・アーティスト	3 (1.3)	「続・五味清吉展～写真に賭けた生涯～」 ：郷土出身の画伯の個展(牛の博物館)
11	サイエンス&アート	2 (0.8)	企画展「いずれ菖蒲か杜若一水辺の花の物語」 ：水郷ゆかりの花、あやめとかきつばたをとりあげ、日本文化におけるあやめ・かきつばたの表現を文学・絵画・園芸など多方面から紹介(千葉県立大利根博物館)
12	地域の伝承	1 (0.4)	「水辺の妖怪をたずねて 淀川の伝説と暮らし展」 ：淀川にまつわる伝説や昔話を紹介 水辺の大切さや文化的意義を考える(淀川資料館)
13	医学	1 (0.4)	「伝統的医学ゾーン」 ：世界の伝統医学と富山の売薬について(とやま健康パーク 生命科学館)
14	複数/その他	2 (0.8)	「15の人・もの・場所」 ：15周年記念で人物・事象・場所から各5つのテーマをとりあげた(徳島県立博物館)
	合計	237	

\*複数回答の為、合計数は回答館数と異なる。

問１－３．（その２）地域の特色を活かしたプログラムのテーマ別分類と具体例

図４－５及び表４－３は、問１－３．「地域の特色を活かしたプログラムの例を記述してください」という設問に対する記述回答結果である。172 館より、172 例の回答を得た。図４－４及び表４－２の展示の回答結果と同様に、「自然」をテーマにした記述回答が最も多く、113 事例（記述回答事例の 65.7%）であった。次に多かったプログラムのテーマは、地域の産業・科学技術・伝統工芸などを扱ったもので、20 事例（記述回答事例の 11.6%）であった。３番目に多かったテーマは、地域の歴史や遺産を紹介していくものや歴史的な観点から街の移り変わりを扱ったもので、11 例（記述回答事例の 6.4%）であった。

一方、サイエンスコミュニケーションの活性化に関連するテーマの中で少なかったものは、展示と同様に「地域の生活に使用されている科学技術」、「地域の科学者」、「医学」などであり、サイエンスコミュニケーション活性化に必要なテーマではあるが、プログラムとしては比較的扱いにくいものであるかもしれない。

先ほどの展示テーマと比べると、全体の回答数も、テーマ数も少なく、プログラムを開発し実施することは、展示開発より難しい状況が見て取れる。しかしながら、博物館冬の時代といわれる状況にありながら、各地域の博物館・科学館がオリジナルなプログラムをこのように多種多様なテーマで行っていることは注目に値する。具体的な例を挙げると、館長が、日曜日に科学実験や観察を伴う科学に関する話を行う仙台市科学館の「館長のサンデー・サイエンス」など、人材不足の中、館長自らが企画・実施しているプログラムは、大変ユニークである。

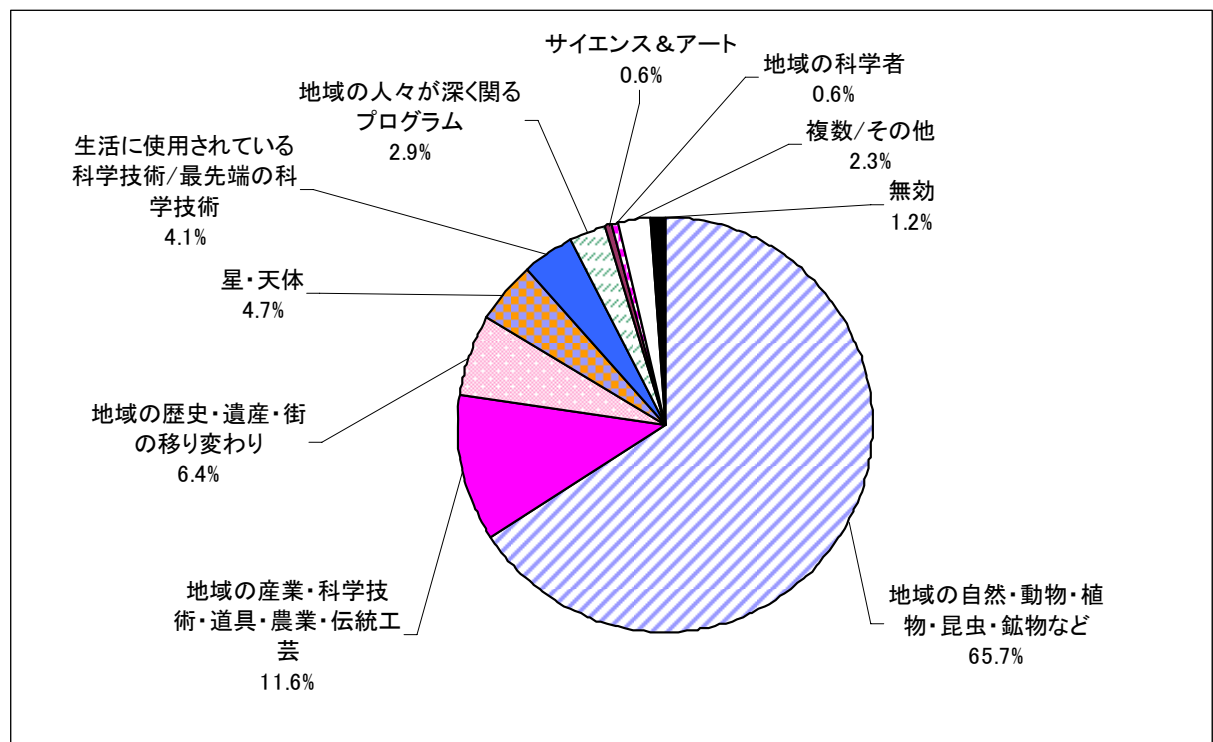


図４－５ 地域の特色を活かしたプログラムテーマの内訳 (N=172)

表 4－3 地域の特徴を活かしたプログラムの具体例とその分類（回答館数 N=172）

	題材・テーマ	事例数 (%)	具体例
1	地域の自然・動物・植物・昆虫・鉱物など	113 (65.7)	「海藻教室」 : 地元で採れる海藻について学び、オリジナルの標本をつくる(両津市郷土博物館)
2	地域の産業・科学技術・道具・農業・伝統工芸	20 (11.6)	「琥珀採掘を体験しよう!」 : 博物館から車で1分の琥珀採掘体験場で1時間の体験をする(露天坑)
3	地域の歴史・遺産・街の移り変わり	11 (6.4)	「地域史、古文書、天文などに関する講座」 : 地域の歴史的特長を学んだり、天文に関する普及活動を行っている(葛飾区郷土と天文の博物館)
4	星・天体	8 (4.7)	星の講演会スペシャル版「星と民話のタベ」 : プラネタリウムを会場に「語り部ふくしま四人会」が星にまつわる民話を語り、解説員が民話に登場した星をプラネタリウムで紹介(郡山市ふれあい科学館(スペースパーク))
5	生活に使用されている科学技術/ 最先端の科学技術	7 (4.1)	館長のサンデーサイエンス : 「科学のトピック情報や話題などを演示実験や観察などで支えながらの講話」(仙台市科学館)
6	地域の人々が深く関わるプログラム	5 (2.9)	夏休み子ども絵画コンクール : 自転車の絵を3つのテーマで描き、応募してもらう。自転車の生活風景、博物館展示車の写生、夢の自転車(自転車博物館)
7	サイエンス&アート	1 (0.6)	大人の総合講座「上野学のすすめ」 : 上野について自然科学にとどまらず歴史や文化、芸術、産業などにもふれる「大人の総合講座」を開催し、いろいろなテーマ・視点から「上野」という街をとらえ、あらためてその魅力にふれてみる(独立行政法人 国立科学博物館)
8	地域の科学者	1 (0.6)	日下周一シンポジウム: 大阪出身の物理学者をめぐるシンポジウム(大阪市立科学館)
9	複数/その他	6 (3.5)	
	合計	172	



## 4-2. 大人のための展示・プログラムについての設問

### 問2-1. あなたの館は大人向けですか

図4-6は、問2-1.「あなたの館は、大人向けですか」という問いに対する回答結果である。自館を大人向けの館として認識している館は、115 館（31.3%）であった。一方、大人向けの館ではないと認識している館は、40 館（10.9%）であった。また、大人・子どもの両方の施設として認識している館は、192 館（52.2%）であった。半数以上の回答館は、大人・子どもの両方をターゲットとして見る事ができている。また、大人向けであると認識する館と大人・子ども両方の施設と認識している館を合わせると、8割以上の館が大人をターゲット・オーディエンスとして意識していることがわかる。このことから、博物館・科学館は世間一般には子ども向けであると認識されている感はあるが、博物館の中のスタッフの意識は必ずしもそうではないことがわかる。

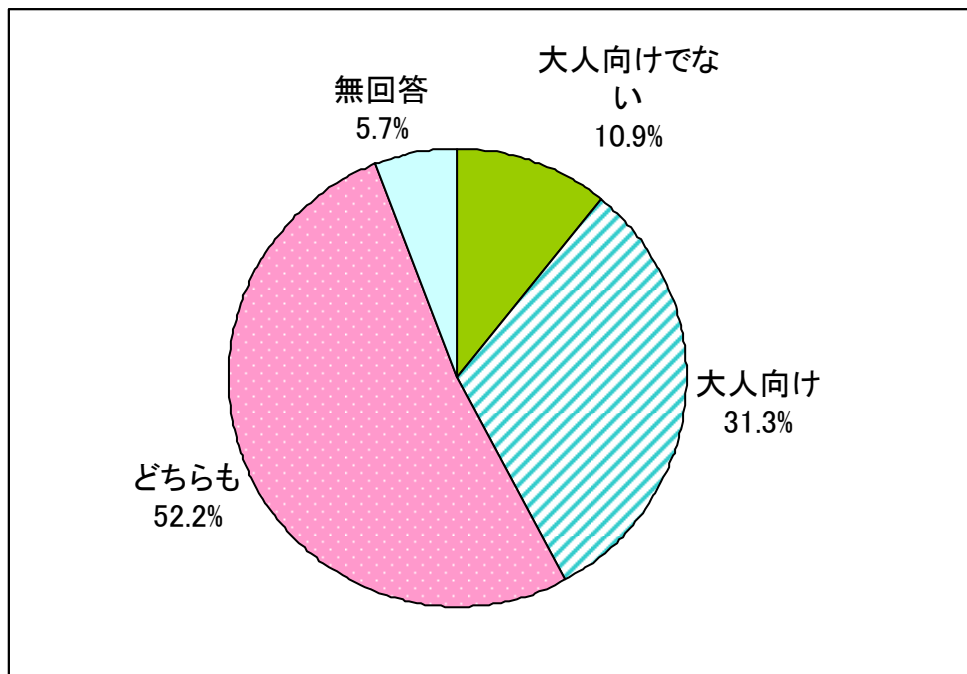


図4-6 貴館は大人向けですか。(N=368)

問 2－2. なぜ大人向けである、または大人向けでないと認識していますか
--------------------------------------

問 2－2. 「なぜ大人向けである、または大人向けでないと認識しているのか」についての理由を尋ねた設問の主要な回答結果は、次のとおりである。

①大人向けであると認識している理由

- ・ 博物館が大学付属の施設であるため
- ・ 展示の解説が子どもには難しく、理解できにくいと思われるため
- ・ 展示の解説にルビ・ふりがながないため
- ・ 展示の題材・テーマが難しいため 例：医療、プレートテクトニクス、原子力、蜃気楼、埋没林等
- ・ 植物園や植物に関する展示の場合、動物と異なり動かないため、子どもたちに人気がないため

②大人向けでないとして認識している理由

- ・ 館のミッション（目的や理念など）において子どもたち対象の教育活動を目的としているため
- ・ 「子ども科学館」のように館名に対象とするターゲットが明記されているため
- ・ 展示スペースが非常に狭く、大人の来館者がゆとりを持って過ごせないため
- ・ もともと修学旅行生を主な来館者と想定して博物館が設立されたため

また、大人向けであると回答している館の中には、「大人向けであるとか子ども向けであるとか分類する以前に、館が子どもと大人の両方を来館者として扱うことが望ましい」という意見を述べている館も存在した。その理由は以下のとおりである。

- ・ 主な来館者として家族を想定しているから
- ・ 動物園などの施設は大人・子どもの両方が楽しむことができるものであるから
- ・ プラネタリウムなどの施設も大人・子どもの両方が楽しむことができるから

一方、自館を子ども向けと分類する館の中にも、展示や教育プログラムは子どもを対象に開発しているが、よい展示・プログラムというものは、子どもにとっても大人にとっても楽しいものであるとの意見も多数散見された。同じ記述回答結果より、大人・子どもの両者を来館者として迎えるために工夫している点をここに紹介する。

- ・ 当館ではガソリン自動車の歴史を展示しており、解説やガイドは大人向けを主にしている。同時に子ども向けのガイドブックや子ども向けのコーナーを用意したり、夏の企画展は子ども向けの内容にしたりして子どもも学び・楽しめるように配慮をしている（トヨタ博物館）。
- ・ 子ども向け、大人向け、専門家向けに展示とキャプションを設定しており、観覧者を選ばない。誰が来ても楽しめる工夫（牛の博物館）。
- ・ どちらかというと遊具が多いため子ども向きとも思えるが、温室や足湯があり、バリアフリーもすすんでいるため、家族、学校・幼稚園の遠足、デイケア等の利用が多い（佐野植物公園）
- ・ 時間帯が夜であるという意味では大人向けの施設になるが、純粹に楽しめるという部分では、大人向けだけの施設ではないと思っている。実際、夏休みなどには、子ども連れのお客さんも多数来られ、楽しんで帰っていただいている。本物の星空は子ども達にも

見てもらいたい（みさと天文台）。

こうした回答データ及びコメントを踏まえると、地域におけるいくつかの博物館では、

1) 星空や動物など本物が持つ力は大人・子どもの両方の感性に訴えかけ、ともに楽しめるものである、という意識で館の運営がなされており、2) 大人向け・子ども向けという枠を越えた様々な取組みに積極的である（キャプション、セルフガイド、シニア層のための施設など）、と言える。

問 2－3．展示や教育にプログラムにおいて大人を呼ぶ工夫をしていますか

図 4－7 は、問 2－3．「あなたの館は展示や教育プログラムにおいて大人を呼ぶ工夫をしていますか」という設問の回答結果である。大人を呼ぶための工夫を何かしら行っている館は、回答館のうち 159 館（43.2%）であり、既に 4 割の館が大人を呼ぶ工夫を取り入れている。一方、大人を呼ぶための工夫をしていない、と答えた館は、187 館（50.8%）であった。前項の図 4－6 において、で大人向けであると回答した館は、31.3%、大人も子どももどちらも対象としていると回答があった館が 52.2%で、83.5%の館が、大人向けであると自館を分類しているが、「大人を呼ぶ工夫」を行っている館は 43.2%と少ないと思われる。そこで、基本データで問うた年間入場者数から小型館（1 万人未満/年間）、中型館（1 万人以上 10 万人未満）、中大型館（10 万人以上 100 万人未満）、大型館（100 万人以上/年間）にわけて、大人を呼ぶ工夫の項目とクロス集計した結果を表 4－4 に示す。

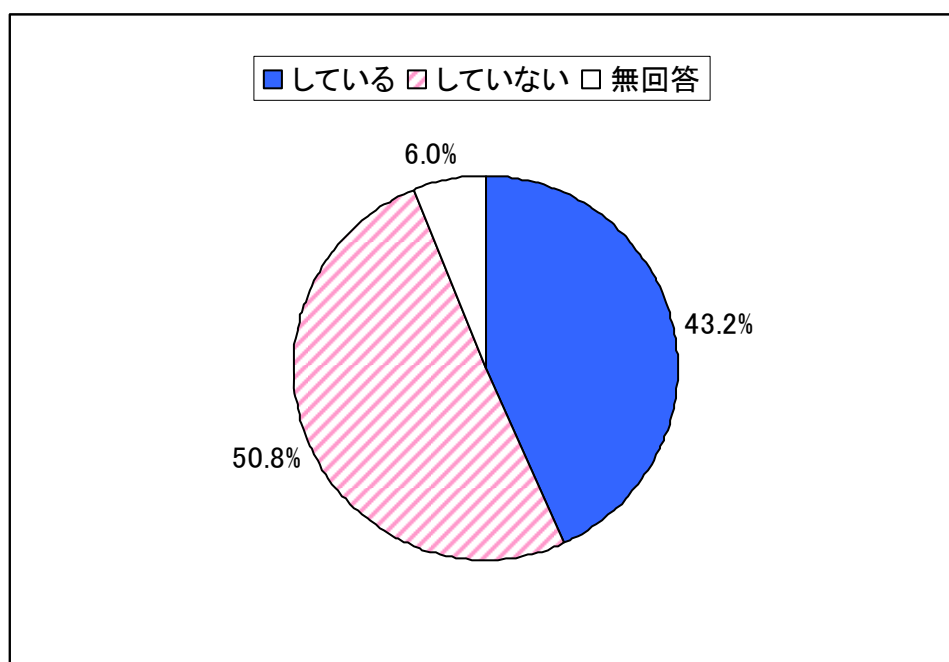


図 4－7 大人を呼ぶ工夫をしていますか。(N=368)

表 4－4 クロス集計：館の規模別大人を呼ぶ工夫（N=360）

	大人を呼ぶ工夫(有)	大人を呼ぶ工夫(無)	無回答	総計
小型館	13	41	3	57
中型館	67	101	7	175
中・大型館	73	45	4	122
大型館	6	0	0	6
総計	159	187	14	360

館の規模について回答いただいた館は 360 館。そのうち、大人を呼ぶ工夫をしている館は、年間入場者数が 10 万人以上 100 万人未満の地方の中堅どころの館が最も多く、73 館であった。また、首都圏を中心とした国立系の博物館や大型水族館などの大型館の 6 つの

館は、いずれも大人を呼ぶ工夫をしているとの回答があり、図 4-7 で大人を呼ぶ工夫をしている館が 4 割でも、それぞれの館が受け入れる来館者数に換算すると、日本全国で予想以上に大人を呼ぶ工夫が実践され、大人に対するサイエンスコミュニケーションに関するアウトリーチがすすめられていると推測できる。

問 2－4. 大人を呼ぶために具体的にどのような工夫をしていますか

問 2－4. 「大人を呼ぶために具体的にどのような工夫をしていますか」という設問に対しては、165 館から記述回答を得た。表 4－5 は、そこから、大人を呼ぶための効果的な要素を抽出し、整理したものである。最もよく行われていた工夫は、以下の 8 点である。

表 4－5 大人を呼ぶために具体的に工夫していること（回答館数 N=165）

	大人を呼ぶための効果的なファクター	回答数
1(時間)	夜間開館/夜の天体観望/夜の水族館	47
2(オーダーメイド企画)	「大人のための〇〇」というタイトルのプログラムを実施/大人向け企画	50
	成人女性のための企画	7
	カップル対象	1
	親子	21
3(誰にでもアピール可能な要素:ユニバーサル・ランゲージ)	音楽・コンサート	14
	食べ物・料理	9
4(季節に合った企画)	季節のイベント企画(クリスマス・バレンタイン)	5
5(ユニークなテーマ)	アートとサイエンスの融合を目指した企画	2
6(ニーズに合ったテーマ)	最先端科学	4
7(ボランティア制度)	ボランティア制度	3
8(周辺施設)	託児サービス	1
	照明・雰囲気	1
合計		165

(1) 時間の調節

「大人を呼ぶ工夫」として、夜間開館、夜の水族館などの夜間特別プログラムの実施を回答した館は、165 館の記述回答館のうち 47 館であった。また、夜だけでなく、昼間の主な来館者である主婦・シニア層のためにプログラムを開発するなど、ターゲット・オーディエンスをはっきりさせた取組みもあった。土日祝日には、家族層向けに開館し、親子向け・家族向けプログラムを実施している。さらに、「初日の出を見るプログラム（航空科学博物館）」や「はす祭り（佐原市立水生植物園）」など、季節のイベント時には早朝開館し、しし座流星群や火星大接近の際にオールナイトで営業を行う（みさと天文台）など、来館者のニーズに高く応える活動内容もあった。

(2) オーダーメイド企画

マーケティングでは当然のことであるが、対象者を絞った活動ほど効果的である。博物館において行われるサービスに関しても、「このプログラムは大人用ですよ、あなた

のためのものですよ」とPRすることで来館者が引きつけられる可能性がある。この点に関して、大人対象の企画として「大人のための科学教室（京都市青少年科学館他）」、「大人のための動物園研究（東京都多摩動物公園）」、「大人専科（千葉県立上総博物館）」など、対象者が大人であることがわかりやすいプログラム名をつけることで大人の参加を促す工夫をしている館は、165館の記述回答館のうち50館であった。また、165館の記述回答館のうち7館が、成人女性のためのプログラムを行っている。具体例として、「妊産婦を対象としたプラネタリウム特別番組（佐久市子ども未来館）」、「成人女性を対象にした家庭科学講座（岐阜市科学館）」、小・中学生の保護者を対象にした講座「お母さんのサイエンスクラブ（倉敷科学センター）」などがある。また、165館の記述回答館のうち21館は、親子向けの企画を行っていると回答している。

大人一般向けの企画は、意外と実施されている感があるが、「お母さん」、「お父さん」、「20代女性」、「シニア世代」などのように細分化された対象のためのオーダーメイド企画により、潜在的来館者を引き出していく余地もあると思われる。

### （3）誰にでも効果の高い要素：ユニバーサル・ランゲージ

博物館・科学館において、誰に対しても何かが伝えられ、それを受け止めるために効果的な言語は、ユニバーサル・ランゲージと呼ばれ、欧米では、教育普及分野で広く活用されている。ユニバーサル・ランゲージは、音楽、食べもの、飲み物、シアター（劇）など、言語や文化、年齢等の、あらゆるバックグラウンドに関係なく、誰もがコミュニケーションできる手段である。このユニバーサル・ランゲージに関しては、165館の記述回答館のうち14館が、音楽を媒体に企画を行っており、9館が「大人を呼ぶ工夫」として、食べ物や料理を用いる例を回答している。

### （4）季節に合った企画

クリスマスやバレンタイン・デーなど、季節のイベントをうまく利用すると回答した館は、165館の記述回答館のうち5館であった。具体的な例としては、「カップル向けクリスマス、バレンタイン企画（秋田県男鹿水族館）」、「バレンタイン特別企画」生解説番組（さいたま宇宙劇場）」などがあった。

### （5）ユニークなテーマ

「大人を呼ぶ工夫」としてアートとサイエンスの融合を目指した企画をあげている館は、165館の記述回答館のうち2館であった。例：「サイエンス＋フィクション」等（独立行政法人 日本科学未来館）、科学とアートを融合した企画展の実施、万葉集を題材にした自然観察（市川自然博物館）。インタビュー結果からは、飼育しているジンベイザメが大きく成長したら海に返すプログラム（いおワールド鹿児島水族館）の事例も報告されている。

### （6）ニーズに合ったテーマ

165館の記述回答館のうち4館が、社会的に話題性のある普及講演会や展示（最近ではアスベストに関する講演や現物の展示：国立科学博物館）、探査衛星「はやぶさ」など最先端科学に関する特別企画展の開催と回答している（産業技術総合研究所 地質標本館、みさと天文台、福井原子力センター）。また、インタビュー調査からはT型フォードの運転体験（トヨタ博物館）やロボットを介して、高齢者に対する介護施設へのアウトリーチ（ロボスクエア）などの取り組みもあるとのことであった。こうしたテーマの展示・プログラムで扱う大人のための生活の中の科学についてサイエンスコミュニケーション活性化を促進するためには、ニーズに合ったテーマで学ぶことができるよ

うな工夫が今後さらになされてもよい。

(7) ボランティア制度

165 館の記述回答館のうち3館が、「大人を呼ぶ工夫」として、生涯学習の観点からボランティア制度を設置していることをひとつの工夫としてあげていた（島根県立博物館、秋田大学工学資源学部附属鉱業博物館、山形県立博物館）。

(8) 周辺施設

その他にも、大人に博物館・科学館に足を運んでもらうために、託児所の設置や展示・照明等の設置手法の工夫による空間演出により、大人にも楽しめる展示場の雰囲気構築ことをあげた館が2館あった（広島市交通科学館、独立行政法人国立科学博物館）。



## 問 2-5. 大人を呼ぶために工夫した展示やプログラムの反響

「大人を呼ぶことに対して工夫した展示・プログラムはどのくらいうまくいっていますか。」という問いに対して、「大変うまくいった」、「うまくいった」と回答した館は、106/160 館で、「ふつう」と回答した館は 49/160 館であった。工夫したが、うまくいかなかったと回答した館は、5 館であり、工夫すれば工夫した分、よい反響がある傾向にあった（資料 2 単純集計データ参照）。

=====  
 コラム 01：海外との比較分析-マリアン・コシュランド科学館の事例より-  
 =====

「大人を呼ぶための工夫」として抽出された要素をサイエンスコミュニケーションの先進館のひとつであるマリアン・コシュランド科学館が工夫する大人にアピールするための要素と比較してみることにあうる。

特に、大人向けのサイエンスコミュニケーションの活性化ということであれば、米国ワシントンDCに2004 年4月ナショナル・アカデミーの施設としてオープンしたマリアン・コシュランド科学館<sup>14</sup>は、13歳以上の来館者を対象にした時事科学を専門のテーマとする科学館であり、学ぶところが多い。館の目的は、複雑化していく現代科学を人々に伝え、理解しやすいように提示していくこと。米国でも誕生したばかりの新しい館ではあるが、大人向けのサイエンスコミュニケーション（サイエンスコミュニケーションの活性化）を推し進める科学館として期待されている。

このマリアン・コシュランド科学館で2004 年開館以来行われてきたイベント及び現在行われる予定のイベント（2004 年：5 イベント、2005 年：18 イベント、2006 年：12 イベント（2006 年5月までの予定）\*2006 年3月現在のデータに基づく）が内包するテーマや要素を分析し、分類すると、マリアン・コシュランド科学館において、いわゆる大人（マリアン・コシュランド科学館では、13歳以上を対象としているため）を呼ぶための工夫点は以下の10の要素に分類される（詳細は参考資料3-1を参照）。

この要素を基に、表4-5のアンケート回答より抽出した「大人を呼ぶ工夫」と同じ項目をあげてみると、1. 食べ物や飲み物を用いたもの、5. ターゲットを絞ったイベント、そして、2. 気候変動や温暖化や4. DNAといった身近な科学などの項目が、それぞれ、表4-5の3. 誰にも効果的な要素：ユニバーサル・ランゲージ（食べ物・飲み物）、2. オーダーメイド企画、6. ニーズに合ったテーマ（最先端科学）に対応している。サイエンスコミュニケーションの手段として、海外のサイエンスコミュニケーション先

表 マリアン・コシュランド科学館のイベントにおける工夫

大人の興味を引くための工夫項目	イベント数
1：ピザやワインなど食べ物・飲み物を用いたもの	9
2：気候変動や温暖化をテーマとしたもの	8
3：映画や映像を用いたもの	5
4：DNAをテーマとしたもの	5

<sup>14</sup> <http://www.koshland-science-museum.org/>

5：ターゲットを絞った無料入館日（ファミリー及びシニア）	2
6：記念イベント	2
7：ガーデニング	2
8：サイエンス・カフェ	1
9：サイエンス・クイズ	1
10：コメディ劇をもちいたもの（シアター）	1
合計イベント数	35

進館と類似したテーマ・手法で来館者に教育サービスを提供している点で、日本の地域における科学館・博物館のサイエンスコミュニケーション活性化が国際的なスタンダードを有していることに対して、一定の評価ができよう。しかしながら、各々の要素を取り入れた実践を行っている館は、368 館のうち数館であり、大人を呼ぶための工夫を盛り込んだサイエンスコミュニケーション活性化のプログラムを広く全国の科学館・博物館に普及させていく必要があると思われる。

さらに、比較から、日本の科学館・博物館にまだ充分には浸透しておらず、今後日本の科学館・博物館が大人のサイエンスコミュニケーション活性化に活用できる要素としては、映画や劇の取組みが挙げられる。具体的には、博物館のスタッフなどが劇を行い、劇の中で自然科学のテーマを扱っていくミュージアム・シアターの手法<sup>15</sup>、人気がある自然科学に関する商業映画を取り上げ、上映するなどその規模・回数とも充実させるなどが考えられる。

=====

---

<sup>15</sup> ミュージアム・シアターとは博物館の施設の中で、あるいは博物館が提供する舞台装置で行う、芝居もしくは演劇的な手法のこと。ボストン科学博物館では 1986 年から自然科学を扱ったテーマで上演が続けられている（キャサリン・ヒューズ著、安井亮、松本栄寿、小浜清子訳、「ミュージアム・シアター博物館を活性化させる新しい手法」、玉川大学出版会、2005）。

問 2－6．大人を呼ぶことに対して工夫したプログラムや展示の全体に占める割合  
及び増減傾向

図 4－8 及び図 4－9 は、問 2－6．「大人を呼ぶことに対して工夫した展示・プログラムの数、全体に占める割合、そうした展示・プログラムの増減」についての回答結果である。

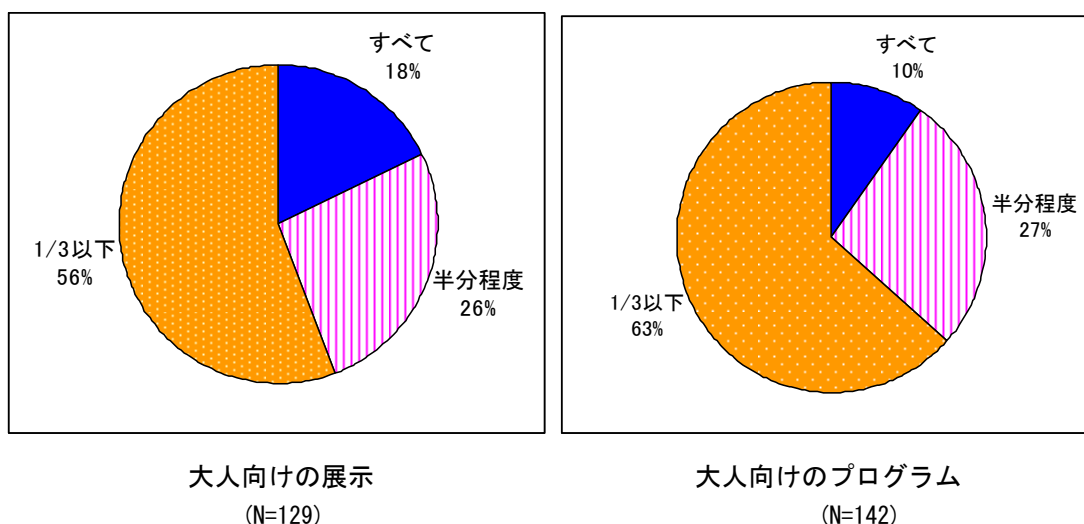


図 4－8 大人向けの展示・プログラムの占める割合  
(※問 2－3 で大人を呼ぶ工夫・展示があると回答している館のみ)

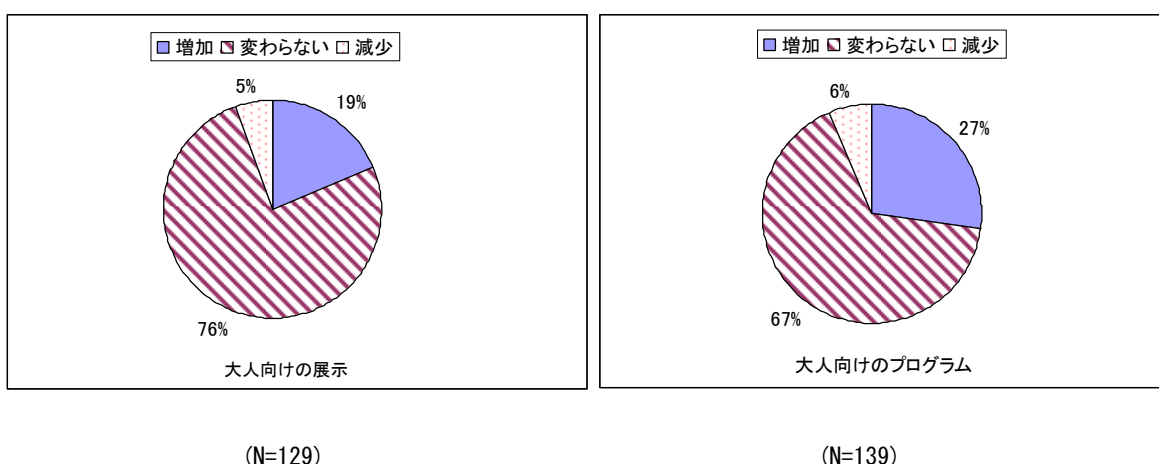


図 4－9 大人向けの展示・プログラムの増減  
(※問 2－3 で大人を呼ぶ工夫・展示があると回答している館のみ)

図 4－8 は大人向けの展示・プログラムが館の展示・プログラムにおいてそれぞれどの程度の割合を占めているのかを問うた結果である。展示のすべてが大人向けであると答えている館は 23 館（無回答を除く全体の 18%）、プログラムのすべてがそうであると答えている館は、14 館（無回答を除く全体の 10%）であった。また、半分程度であると回答した

館は、展示では 34 館（無回答を除く全体の 26%）、プログラムでは 38 館（無回答を除く全体の 27%）であった。

図 4－9 は、「大人向けの展示・プログラムは、現在増加する傾向にあるか、減少する傾向にあるか」尋ねたものである。増加していると回答した館は、展示の場合、24 館（無回答を除く全体の 19%）、プログラムの場合は 38 館（無回答を除く全体の 27%）であった。こうした展示・プログラムの数には変化がないと回答した館は、展示については 98 館で（無回答を除く全体の 76%）、プログラムについては 92 館（無回答を除く全体の 67%）であった。また、減少していると答えた館は、展示では 7 館（無回答を除く全体の 5%）であった。プログラムでは 9 館（無回答を除く全体の 6%）であった。

以上より、大人向けの展示・プログラムとも、増加傾向にあると回答した館の割合が、減少傾向にあるとした館の割合より上回っている。ただし、問 1－2. 「地域の特色を活かした展示・プログラム」の場合と同様に、展示については、特に、制作費などに大きな予算が必要なこともあり、一度制作してしまうと、それ以後はあまり変わらないようである。

次に、展示とプログラムの増減に関するクロス集計の結果を表 4－6 に示す。どちらの回答にも答えた館は 166 館。そのうち、展示もプログラムも増加していると答えた館は 4 館のみであった。展示が減っている場合や変わらない場合でも、プログラムの増加（それぞれ 26 館・18 館）で各館が工夫していることがうかがえる。

表 4－6 展示とプログラム増減のクロス集計（N=166）

展示	プログラム			総計
	増	変わらない	減	
増	4	6	1	11
変わらない	18	14	1	33
減	26	92	4	122
総計	48	112	6	166

## 問 2－7. 大人を呼ぶために工夫した展示の具体例と分類

表 4－7 は、問 2－7. 「大人を呼ぶために工夫した展示の中で最も人気であったものを具体的にご回答ください」という設問に対する回答事例のデータを分類し、整理したものである。この設問に関する回答館数は 99 館で、回答事例数は 158 であった。データ集計の結果、19 のテーマ・要素に分類できた。表に示されているように、158 の回答事例数のうち最多の 47 事例が動物・昆虫・植物・山などに関する「自然」をテーマとした展示を取り上げており、問 1－3 の地域の特色を活かした展示・プログラムのテーマと同様の結果となった。

次に多かったテーマは、「歴史」の要素で、回答事例数 158 のうち 24 事例であった。例えば、横浜マリタイムミュージアムは、特別公開「タイタニック日本人生存者の手記」という展示を行っている。「1912 年に沈没した豪華客船タイタニックにただ一人乗船して救助された日本人の手記を公開し、その反響も、数少ないタイタニックの一級資料の展示であり、過去に映画化されたこともあり、年代を問わず、反響が大きかった。」と記述回答があった。

「歴史」要素に次いで多かったテーマは「生活に密着した科学」と「写真展・絵画展」でそれぞれ、回答事例数 158 のうち 13 事例であった（表 4－8 参照）。「生活に密着した科学」はサイエンスコミュニケーション活性化のための糸口となる要素であるため、事例としてあげられていた内容を表 4－8 にまとめた。大人向けを意識し、原子力、環境問題、リサイクル、地震、ロボットなどに関するテーマの展示が行われている。地域の博物館・科学館において、大人の来館を意識し、火山・地震や癒しロボットなど日本特有の自然・科学技術分野の展示に取り組むとともに、外来種法や新しく分布が確認された生物種などの、最新の動向を踏まえた展示を行っている。こうした点は、まさにサイエンスコミュニケーションの活性化の核となる部分であり、地域の科学館・博物館の取組みを高く評価できる。

また、写真や絵画など、「見る」ことを主体にした展示のような受動的学習の方を受け入れやすい大人のゆるやかな学びのスタイルに合致している。また、花や植物、環境問題をテーマに作品をつくるアーティストの展示を行うなど、扱う題材も多様であることなどが、幅広い大人層を獲得する上で功を奏していると思われる。

上位 3 位以外で注目しておきたいテーマ・要素が、「サイエンス&アート」である。「サイエンス&アート」というテーマは、ここ最近サイエンス・コミュニケーションの分野でも注目されてきており、9 事例あった。この 9 事例については次に詳しく記す。

表 4-7 大人向けの展示の具体例とその分類 (回答館数 N=99)

大人向けに企画された展示のテーマ・ファクター	事例数	具体的な事例
自然	47	『赤道直下の魚展』古代魚から地球の歴史を探ろう : 大陸移動の生き証人である各大陸に生存している共通の古代魚にスポットをあてその生体展示を通し、地域の歴史、生物の進化の歴史を探求する(さいたま市青少年宇宙科学館)。
歴史	24	特別公開「タイタニック日本人生存者の手記」 : 1912年に沈没した豪華客船タイタニックにただ一人乗船して救助された日本人の手記を公開。併せてタイタニックの誕生から沈没、救助活動の様子などを紹介(横浜マリタイムミュージアム)。
生活に密着した科学(最新の科学技術)	13	第16回展示「ロボットと近未来ホーム～日本を元気にする技術～」 : 日本が世界をリードするテクノロジー「ロボット」と生活を便利で快適にする「近未来ホーム」をテーマに日本の明日をきり拓く先端技術の可能性を眺望する展示(TEPIA(機械産業記念館))。
写真展・絵画展	13	ミニ企画展「海中写真展 伊東あきよしの世界」 : 人気の高いダイビングを背景に海中写真及び撮影機材の展示(アクアワールド茨城県大洗水族館)
産業・工芸	9	コンコルド展 : 2003年で飛行を終了した超音速旅客機に関する解説パネル、写真、部品によりコンコルドを紹介する企画展示(航空科学博物館)
サイエンス&アート	9	銀河鉄道の旅 : 銀河系の構造について 銀河鉄道に出てくる岩石の展示(石川県立中央児童会館)
アート	7	Nature Gallery 名嘉睦稔展 : 版画家 名嘉睦稔氏の作品を多数展示 又 館内スクリーンではその制作風景等の映像を放映(丸の内さえずり館)
ハンズオン展示(実験など含む)	6	手作り実験コーナー : ペットボトルなど身近な材料を使って、簡単な実験装置を手作りして展示(滝川市こども科学館)。
医学	6	YAKUSO-野山は自然のくすりばこー : 薬草の多様性・利用の歴史・最新の研究成果など薬草に関する様々な話題を一般の方にもわかりやすく提供した(ミュージアムパーク茨城県自然博物館)。
参加型展示	6	木工教室作品展 : 当館で開催した木工教室において参加者が製作した作品や、木工教室の講師の作品 約20点を展示(出雲科学館)。
食べ物・料理	4	「日本の食と伝統を支えてきた米や雑穀について学ぶ」 : 現在、あまり食べる機会のない米や雑穀を準備し、それらを試食しながら知識を深めてもらえるようなパネル展示を行った(宮崎大学農学部附属農業博物館)。

照明・雰囲気		<p>アートコーナー</p> <p>3 : タチウオ・イワシ・クラゲ・イカなどをアート(照明に工夫)を主に展示している(大分マリーナパレス水族館)。</p>
星・天体		<p>(リニューアルした)プラネタリウム</p> <p>3 : ドーム直径18m、座席数200席の施設規模としては道内最大デジタル・プラネタリウム機能を備えた全天周映像投影システムを導入したため、CGや動画を駆使した、より臨場感ある投影が可能となった。座席もリクライニングシートに交換(札幌市青少年科学館)。</p>
伝承・民話		<p>「あの世・妖怪～信州異界万華鏡～」</p> <p>2 : 「死後の世界」、「妖怪」、「占い」という3つの視点から、目に見えないもう一つの世界(異界)のイメージを探り出した(長野市立博物館)。</p>
盆栽		<p>苔玉と自然造形展</p> <p>2 : 山野草などの小品盆栽をインテリアのひとつとしてとらえ、展示手法を提案する展示会(東山植物園)</p>
季節のイベント企画(クリスマス・バレンタイン)		<p>クリスマス・ドリームズ・イン・スペースパーク～光のおもちゃ箱～</p> <p>1 : クリスマスの時期に併せて、夜景がきれいに見える22階の展望ロビー(無料)にクリスマスツリーなどのイルミネーションを行った(郡山市ふれあい科学館(スペースパーク))。</p>
夜間開館/夜の天体観望/夜の水族館		<p>夜の水族館</p> <p>1 : 開館時間を21:30まで延長し、17:30からは館内の照明を落とし夜の雰囲気を演出し、アトラクションも夜用のものを行った(マリンワールド海の中道(株)海の中道海洋生態科学館)。</p>
女性向け		<p>恋愛物語展</p> <p>1 : 恋愛という身近なテーマを科学的に切り取ることで、一般の人に科学的な視点を持ってもらうこと、自分と科学がつながっていることを強く意識してもらい、先端の科学技術にふれる機会を提案すると共に、女性や若いカップルなど未来館の新規ターゲットの獲得を目指した(独立行政法人 日本科学未来館)。</p>
その他	1	*回答を頂いたが、分類不可能であったもの。
総計	158	

\*複数回答の為、合計数は回答館数と異なる。

表 4-8 大人向けの展示のうち生活に密着した科学に関連した展示（13 事例）

	館名	展示タイトル	展示内容
1	サイクル機構 アトムワールド	原子力(核燃料サイクル)展示物・パネル	原子力(核燃料サイクル)に係る研究開発内容の説明展示物・パネル
2	産業技術総合研究所	富士山 現在・過去・未来	富士山に関する噴火の歴史、噴火年代と噴出量、噴火位置、地下水、噴火予知、ハザードマップ関連をパネル展示により紹介
3	前橋市児童文化センター	愛・地球博から来た地球の環境を考える特別展示	「愛・地球博」三井・東芝館の展示物をゆずり上げた。「宇宙・地球・人間の調和」について14のアイデアを紹介した。
4	TEPIA(機械産業記念館)	第16回展示「ロボットと近未来ホーム～日本を元気にする技術～」	日本が世界をリードするテクノロジー「ロボット」と生活を便利で快適にする『近未来ホーム』をテーマに日本の明日を切り拓く先端技術の可能性を眺望する展示
5	日本科学未来館	恋愛物語展	恋愛という身近なテーマと科学的に切り取ることで、一般の人に科学的な視点をもってもらうことで、自分と科学がつながっていることを強く意識してもらい、先端の科学技術にふれる機会を提案すると共に、女性や若いカップルなど未来館の新規ターゲットの獲得を目指した。
6	とやま健康パーク生命科学館	企画展示 環境と健康～水のめぐみ～	・パネル展示A0サイズ 4枚 ・体内水分量測定 ・県内産ミネラルウォーター ・人体血管膜 ・名水100選パンフレット
7	山梨県環境科学研究所	富士山・火山写真展	近年、富士山麓では低周波地震が観測されたり、火山防災のためにハザードマップが作成されたりして、改めて富士山を火山という側面からとらえる動きが高まっている。そこで火山としての富士山を多くの地点から捉えて紹介した。また同時に世界の有名な火山も紹介し、多様な火山を知ると同時に環境保全・自然保護へと関心を広げることを目的として富士山・火山写真展を開催した。
8	瑞浪市地球回廊	デスモくんニュース	最新の地球史・環境問題データ展示
9	阪神・淡路大震災記念 人と防災未来センター	阪神・淡路大震災10周年記念 特別企画展「阪神・淡路大震災から学ぶ:あなたは次の地震にどう備えますか」	震災10周年を迎えるにあたり、大震災の経験の風化を防ぎ、将来の大地震の被害軽減に貢献するため、東海・東南海・南海地震、首都直下地震等来るべき巨大地震についての情報を紹介するもの。地震に関する正確な知識を身につけてもらいたい、「自分の命は自分で守る」という意識をもつことの必要性を訴えた(2004年9月7日～2005年3月13日)
10	島根県立宍道湖自然館	外来種展	外来生物法施行にあわせて外来種を紹介するとともに外来生物法についても解説。
11	倉敷昆虫館	新しく分布が確認された種	記録のデータ、標本、フォト(含、生態面での新知見など)
12	ロボスクエア	世界一の癒しのロボット「パロ」展示コーナー	世界一セラピー効果が高いとギネスにも認定されているアザラン型のロボット「パロ」の体験型展示(現在常設展示)。また開発者による一般向けのわかりやすい講演も行った。
13	鹿児島市立科学館	環境と技術ゾーン	環境保全やリサイクルなどの科学技術を体験する展示など



=====

## コラム02：大人向けの展示のうち、サイエンスとアートの融合事例

=====

ここでは、「サイエンスとアートの融合」という視点に立ち、事例としてあてはまる9事例を分析してみることにする。4事例は、光、照明、万華鏡、錯覚など視覚に訴える美しさを利用し、科学的なアプローチをしているものであった（表4-9参照）。表4-10にまとめた残りの5事例は、複数のテーマ・要素を掛け合わせた展示となっている点がユニークである。

例えば、石川県立中央児童会館で開催された特別展示「銀河鉄道の旅」では、宮澤賢治作「銀河鉄道の夜」に出てくる岩石や銀河系を紹介するものであり、文学と鉱物（自然科学）を掛け合わせたものである。また、伊丹市昆虫館の「トラトラタイガース展」では、タイガースの優勝の際、トラのつく虫の標本を展示するなど、タイガース（スポーツ）と昆虫（自然科学）という掛け合わせで、タイガースファンの多い大阪の来館者の興味を引くテーマである。トヨタ博物館の『『クルマとモード』～ベル・エポックからモダニズムへ～』においては自動車の変遷とその背景となるファッションや文化を並行し展示した。これは、ファッションと自動車（産業科学）の掛け合わせである。広島市植物園の春を呼ぶラン祭りでは、浦島太郎などの文学×ラン（自然）の掛け合わせである（文学のストーリーとランに強い関連性がある展示であるとはいえないにしても、植物をアートの力を借りて、魅力的に伝えようとする点では先進的な例である。）さらに、科学に関連することながらを組み込むのであれば、たとえば、中谷宇吉郎が自分の子どもに語る口調で書いたといわれる「浦島太郎」を取り上げる工夫もできるだろう。また、群馬県立自然史博物館では、博物誌、本草学、アート、歴史などを包括する「ニッポンウンダーカマー 荒俣宏の驚異博物館」という企画展示を開催した。ウンダーカマーとはドイツ語で「驚異の部屋」という意味で、教育や博物アートの世界を通じて 自然史博物館の変遷をたどり、さらには未来の博物館の姿を創造するという目的のもと、日本大学芸術学部の学生60人と共に制作したこれまでにない複合的な展示テーマと制作方法である。

こうしたアート（文学・カルチャーを含む）と科学の掛け合わせは、アートの部分に興味を引かれて常日頃は参加しないのにプログラムに参加する、もともと科学に興味を持たない人々のサイエンスコミュニケーション活性化に多様に役立っていくものと期待される。また、日本の場合、一般にサブカルチャーのテーマも多いと言われているが、これまで自然と共存してきた哲学や歴史があり、そうしたものを取り込んでカルチャーが発達してきた経験がある。この特徴を活かして、日本では、掛け合わせの内容も独自のものになる可能性が大きい。冒頭でも述べたが、第3期基本計画においても、今後取り組むべきテーマの一つに「科学技術と文化や芸術との融合」等の新たな手法があげられている。

また、2事例ではあるが、苔玉や盆栽など日本独自の自然造形に関する展示の報告もあった（東山植物園、京都府立植物園）。このように地域の特色を活かしつつ、科学と日本文化を融合させた横断的な取組みは、今後も発掘し、共有され、日本型のサイエンス・コミュニケーションの知として蓄積されていくことが期待される。

表 4－9 サイエンス＆アート（光・視覚）

	館名	展示タイトル	展示内容
1	大阪市立科学館	「光のミュージアム展」	レイヨグラフィー、ライトキャッチャーなど光をテーマに見るだけでなく、触って楽しめる作品29点を展示
2	姫路科学館	「万華鏡の世界展」	「鏡のふしぎ体験」と「万華鏡のしくみ」がテーマになっており、万華鏡や鏡にふれる体験を通して光の反射の不思議について紹介した。
3	大分マリンパレス水族館うみたまご	「アートコーナー」	タチウオ・イワシ・クラゲ・イカなどをアート（照明に工夫）を主に展示している。
4	新潟県立自然科学館	「錯覚展－心の働きにせまる不思議な世界」	平成17年夏に東京大学駒場博物館で行われて好評だったもの。おもに北岡明佳氏の作品を中心に様々な錯覚をパネル等を使って紹介した。

表 4－10 サイエンス＆アート（複数のテーマ・要素：かけ合わせ型）

	館名	展示タイトル	展示内容
1	伊丹市昆虫館	「トラトラタイガース展（トラのつく虫展）」	阪神タイガースのリーグ優勝にあやかり、名前にトラのつく虫を標本で展示した。
2	広島市植物園	「春をよぶラン祭り」（特別ラン展）	約2000㎡の大温室内を洋ランで装飾し、春を感じてもらおう。ここ数年はシンデレラ、浦島太郎などのなじみの深い物語をテーマにストーリー性のある装飾を行っており、好評である。
3	石川県立中央児童館	「銀河鉄道の旅」	銀河系の構造について銀河鉄道に出てくる岩石の展示
4	トヨタ博物館	「クルマとモード」～ベル・エポックからモダンイズムへ～	自動車が生じた19世紀末から20世紀中頃までの時代をとらえ、特に欧米諸国の人々の装いや生活とモータリゼーションの関係を、車両や服飾、装飾品、リトグラフなどで紹介。また服飾の変遷や自動車の乗り降り動作などを当時の映像でも紹介。
5	群馬県立自然史博物館	企画展「ニッポン ウンダーカマー 荒俣宏の驚異博物館」	中世欧州の王族・貴族の陳列室（博物館の原型）を再現しようと日大の芸術学部と博物館の協力をつくった空想の展示物。種の異なる生物を合成したキマイラ、博物のアートの部屋、本草学の歴史をたどる部屋等

## 問 2－7. 大人を呼ぶために工夫したプログラムの具体例と分類

次の表 4－11 は、問 2－7. 「大人を呼ぶために工夫したプログラムの中で最も人気があったものを具体的にご回答ください」という設問に対する回答事例のデータを分類し、整理したものである。分類の際には、表 4－5 大人を呼ぶために具体的に工夫していること及び、表 4－7 大人向けの展示の具体例とその分類を基に、当てはまらないものに関しては新たな項目を追加し、要素を決定した。プログラムに関する記述回答館数は 127 館で、回答ポイントの合計数は 273 であった。データ集計の結果、22 のテーマ・要素に分類できた。表に示されているように、回答ポイントの合計数は 273 のうち 44 ポイントが動物・昆虫・植物・山などに関する「自然」をテーマとした展示を最も多く取り上げており、これまで分析を行った地域の特色を活かした展示・プログラムのテーマ、大人を呼ぶ工夫をした展示と同様に最も多く回答されていた。

次に多かった要素は、「解説・講座・ツアー」などの手法にかかわる要素で、38 ポイントであった。本設問の回答の中にも「館長講座」（山形県立博物館）、「植物園長と歩こう」（東山植物園）など、館長自らが教育プログラムを担当している事例もある。

3 番目に多かった要素は、「産業・工芸」及び「ハンズオン（工作・実験など含む）」を含むプログラムで、それぞれ 30 ポイントであった。「産業・工芸」の分野では、ガラス細工、ロボットづくり、しぼり染めなど、大人であってもこうしたテーマで実際にものづくりを体験する（ハンズオン活動）プログラムにニーズがあり、博物館・科学館側がそのニーズに対応し、プログラムを提供していることが察せられる。1 ポイント差で次に続く要素は音楽を合わせたプラネタリウムなどの「星・天文」で、プラネタリウム番組の中で音楽だけでなく、アロマも調合して楽しめるプログラムもあった（滝川市美術自然史館）。

展示でも抽出された「サイエンス&アート」要素に関しては、プログラムにおいても項目として見つけることができる。「中原中也と中秋の名月（防府市青少年科学館）」というプログラムの中で、中原中也の残した月に関する詩の解説及び月観望を行ったり<sup>16</sup>、「野に万葉の花を訪ねる（北海道海鳥センター）」というプログラムで、万葉集に登場する野草を実際に野外で観察し、併せて歌も鑑賞したりと、文学と科学のかけ合わせがここでも確認された。また、プログラムで特色ある項目として、「香」に関するものがあった。具体的な例をあげると、「アロマセラピーインプラネタリウム（さいたま市宇宙劇場）」、「聞香会（小松市立博物館）」などがある。「香」などの要素は感性に訴えるもので、広く大人の興味も引き出しやすい。博物館・科学館におけるこうした要素を含むプログラムづくりも今後さらに望まれる。

<sup>16</sup>中原中也が詠んだ歌でボートに乗っている恋人たちが月の動きを観察して様子を詠ったものを分析し、デートの間何時間経過しているかなど天文学的な考察（平成 18 年 2 月 9 日：インタビュー調査より）。

表 4－11 大人向けのプログラムの要素・テーマの分類（回答館数 N=127）

	大人を呼ぶためのプログラムのファクター・テーマ	ポイント
1	自然	44
2	解説・講座・ツアー・WS	38
3	産業・工芸	30
4	ハンズオン(工作・実験など含む)	30
5	星・天文	29
6	音楽・コンサート	18
7	フィールド・体験(野外)	16
8	大人のための○○	14
9	歴史	13
10	夜間開館/夜の天体観望/夜の水族館	11
11	写真・映像・絵	4
12	親子向け	4
13	生活に密着した科学(最新の科学技術)	3
14	食べ物・料理	3
15	季節のイベント企画(クリスマス・バレンタイン)	3
16	照明・雰囲気	3
17	アート	3
18	サイエンス&アート	2
19	香	2
20	カップル	1
21	女性向け	1
22	その他	1
	計	273

\*複数回答の為、合計数は回答館数と異なる。

問 2－8．予想外に大人に人気があった展示やプログラムはありますか

次の図は、問 2－8. 「もともと大人向けのものでなかった展示やプログラムが予想に反して、大人に人気があったことはありますか」の回答結果である。予想外に大人に人気があった展示・プログラムがあった、と回答した館は、95/368 館で、全体の 25.8%であった。

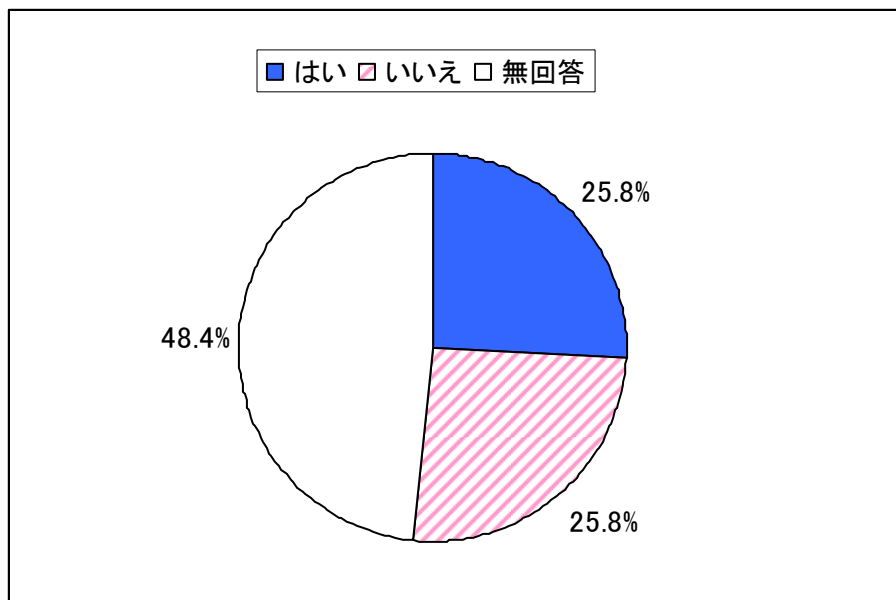


図 4－10 予想外に大人に人気があった展示やプログラムはありますか

問 2－9．予想外に大人に人気があった展示の要素・テーマと理由

表 4－12 予想外に大人に人気があった展示の要素・テーマの分類（回答館数 N=74）

\*複数回答の為、合計数は回答館数と異なる。

	予想外に大人に人気があった展示の テーマ・ファクター	ポイント数
1	自然	39
2	ハンズオン展示(実験など含む)	17
3	歴史	16
4	生活に密着した科学 (最新の科学技術・時宜を得たテーマ)	10
5	産業・工芸	9
6	写真展・絵画展	6
7	その他	4
8	医学	3
9	星・天体	2
10	参加型展示	2
11	サイエンス&アート	2
12	食玩	2
13	食べ物・料理	1
総計		113

表 4-12 は、予想外に大人に人気があった展示のテーマを分類したものである。この設問には、74 館から回答を得た。これまでのテーマ・要素と同じように、「自然」に関する展示が最も多く、39/113 ポイントであった。2 番目に多かったテーマ・要素は「ハンズオン(※博物館の展示手法で、“体験型”を示す一つの言葉。ごく最近できた言葉なので辞書に掲載されていないことが多い。モノに直接触ったり、実際に何かをやってみて自らの五官を働かせて学ぶ方法)。」で 17/113 ポイントである。「ハンズオン」が子どもだけでなく、大人にも有効な手法であることが推測できる。これに続き、「歴史」が 16/113 ポイントであった。次いで、「生活に密着した科学（最新の科学技術・時宜を得たテーマ）」が 10/113 ポイントであった。以下に、上位 1～3 位のテーマの数例を記す。

「自然」

- 1) 「金魚・銀魚・銅魚 イズモ南京のルーツをさぐる」：イズモ南京を中心に国内でみられる金魚ほぼ全てと中国金魚を展示（島根県立宍道湖自然館）
- 2) 特別展「水晶の世界」(平成 13 年夏)：水晶について宝石的価値、生成、性質、利用など幅広い視点から解説した（富山市科学文化センター）。

「ハンズオン」

- 1) ミクロの眼で見てみよう：小中高生を対象に、日頃、肉眼で観察しているものを光学顕微鏡や電子顕微鏡であらためて観察する実験を行った（宮崎大学農学部附属農業博物館）。
- 2) 木のオモチャ展：木製の国内外のオモチャをハンズオン方式で展示。木製オモチャに触れることを通して木を知り、木に親しみ、森を知る（長坂町オオムラサキセンター）。

### 「歴史」

- 1) 長野盆地の10万年～暮らしと環境のメッセージ～：長野盆地における生活環境の変容を10万年という時間軸のなかで総合的に取り扱い、考究した（長野市立博物館）。
- 2) 館蔵品展「夢と科学のたどった道 20世紀」（H12.12.9-H13.1.14）：20世紀中に成し遂げられた様々な科学技術成果の展示及び解説。パソコン、電気製品、電話機、玩具などの工業製品や自然科学の研究成果などを取り上げた（愛媛県総合科学博物館）。

「自然」、「ハンズオン」、「歴史」については、見当がつきやすいが、サイエンスコミュニケーション活性化に関連するテーマに深く係るもので見当のつきにくいもの（「生活に密着した科学」及び「サイエンス&アート」、「食玩」）の例を以下に記す。

「生活に密着した科学」に分類された展示は表4-13に示される10事例である。「最新の科学技術・時宜を得たテーマ」は、災害、地域独特の病気や日常の医学などニーズの高いものから、身近な自然やロケット打上げの生中継など、地域の特色を活かしながら来館者に驚きと発見のある多様なテーマで実施されている。

### 「食玩」

- 1) 「おまけになった生き物」：お菓子などのおまけとして作られている生き物の精巧な模型や、昆虫を題材にしたゲームなどが人気を呼ぶ中でその実物標本を紹介した（山形県立博物館）。親子で見学に来た30代、40代の親、食玩や昆虫の愛好者などに反響があった。
- 2) 企画展「小さな動物園」：チョコレートのおまけでついてくる、日本の野生動物のフィギュア（商品名チョコエッグ）の展示を行った。20～40代男性に人気。俗にいうレア物や隠れキャラなども展示したので、フィギュアの趣味をもつ方がたいへん多く来館した（きしわだ自然資料館）。

### 「サイエンス&アート」

- 1) 特別展「万葉集の植物」：万葉集に歌われている植物を、俳句の説明とともに紹介する。古文を扱うという点で60代前後の来館者に人気が出た（愛媛県立博物館）。
- 2) 「おまけになった生き物」：上記に同じ（山形県立博物館）。\*実物標本なども合わせて紹介するなど、サイエンス部分が多く「サイエンス&アート」にも分類した。

表 4-13 予想外に大人に人気のあった展示の具体例  
(生活に密着した科学(最新の科学技術・時宜を得たテーマ))

	館名	展示タイトル	展示内容
1	仙台市科学館	レーザーを用いたソフトイオン化法	田中耕一氏のノーベル化学賞十号内容を紹介するための展示物。概要を説明したパネルと体験的に内容を理解してもらう実験・解説装置がついた展示物
2	郡山市ふれあい科学館(スペースパーク)	アインシュタイン特別企画	アインシュタインが三大業績を発表した「奇跡の年」から100年を記念して全館で開催。アインシュタインの人物像や業績の内容を分かりやすく紹介する特別展、プラネタリウム番組、展示解説などを実施し、講演会も複数実施
3	東京大学総合研究博物館	須田昆虫コレクション	東京の昆虫たちーその衰亡の歴史をたどるー:2003年に寄贈された須田孫七氏の昆虫コレクション。東京を中心に戦後すぐから収集され、現在に至る10万点に及ぶコレクションをとおして、失われていった東京の自然を指標する
4	日本科学未来館	生命の科学と人間フロア:「医療」・「脳」	医療の展示では、体験装置や標本を中心に、映像やグラフィックパネルも加え、先端医療の姿を実感できる展示を展開している
5	三重県立博物館	東南海地震	過去に起こった東南海地震による災害のようすや津波発生のしくみを展示
6	大阪市環境学習センター	地球環境コーナー、ライフスタイルコーナー、大阪市情報コーナー、パソコンによる環境情報の提供コーナーなど	環境問題に関する展示
7	和歌山市立こども科学館	特別展「火星大接近」	2003年の火星大接近にちなんだ特別展。火星の姿や人類の火星探査の歴史などを解説・展示した。また、火星を観測・研究している講師を招いて、講演会を行った
8	核燃料サイクル開発機構 人形峠展示館	科学実験教室	これまでに子ども会、親子会、学級会の方々に利用いただいている。17年度の企画は「紙ホイッスル」、「ボルタ電池」、「紙ブーメラン」の実験工作を用意している
9	久万高原天体観測所	新世紀エヴァンゲリオン・セル画展	毎月テーマを選んで実施する約20分間の実験ショー
10	鹿児島市立科学館	ロケット打ち上げ(h-11A3号機)生中継	大型モニターを設置し、種子島からのロケット打ち上げの生中継

予算がなくても、また、展示空間が限られていても、食玩のような遊び心のある展示企画でさらに可能性は広がる。この2事例の場合は、昆虫・動物に興味がある層と食玩に興



味がある層という異なる層の獲得に成功する。食玩との関連でいえば、国立科学博物館の新館グランド・オープンの際に、研究者の監修で 12 種類の異なるフィギュアを国立科学博物館オリジナルのお土産として開発し好評を得る（2004 年 11 月新館グランド・オープン時）など、他館でも取り上げられている。自然科学に関連したフィギュアの開発は、もともと、科学的な復元作業に関連するものであり、フィギュアのコレクションという行為が収蔵品のコレクションとも通じることからから、博物館の本来の活動に関連するアイテムとしてさらなる開発の余地がある。

また、「サイエンス&アート」では、大人を呼ぶために工夫したプログラムと同様のテーマ<sup>17</sup>で「万葉集の植物（愛媛県立博物館）」が実施されている。

---

<sup>17</sup> 問 2－7. 大人を呼ぶために工夫したプログラムに関する設問では、北海道海鳥センターが「野に万葉の花を訪ねる」というプログラムを実施していると回答している。

## 問 2－9．予想外に大人に人気があった展示の理由

表 4－1 4 予想外に大人に人気があった展示の理由（回答館数 N=74）

\*複数回答の為、合計数は回答館数と異なる。

	予想外に大人に人気があった理由 (展示)	ポイント数
1	懐かしいから	11
2	珍しいから	11
3	興味があることから	10
4	生活・医学に役に立つものだから	9
5	子どもと一緒に来ることができる・楽しめるから	9
6	身近なもの・わかりやすいもの・気軽なものであるから	6
7	知らなかったことがわかるから	6
8	大人でも楽しめるから	4
9	実物であるから	3
10	美しいから	3
11	流行しているもの・人気のあるものだから	2
12	【五官】食べることができるから・変化をみることができる	2
13	休む場所があるから	2
14	リラックスできるから	1
15	物理的な条件：子どもたちだけで来ることができない等	1
16	その他	5
総計		85

表 4－1 4 は、大人に予想外の人気があった展示の理由として 74 館から記述回答を得たものである。最も多かった理由は、「懐かしいから」、また「珍しいから」という回答が、それぞれ複数回答の全体数 85 ポイントのうち最多で 11 ポイントであった。大人の場合、長い人生経験を持っているため、子ども時代のことがらを思い出すことは純粋に楽しいことであり、他の来館者ともそうした時代を知っているという事実を通して、他の大人とも共有できる。また、展示の中に現在を生きる子どもに関する視点を加えることで、無論、子どもと大人の交流をも図ることができる。また、珍しいもの、滅多に観られないものなども、大人を引きつける要素として十分に作用するようである。次に続く第 4 位の理由としては、「生活・医学に役立つものだから」、「子どもと一緒に来ることができる・楽しめるから」が、複数回答の全体数 85 ポイントのうちそれぞれ 9 ポイントであった。博物館・科学館においては大人も子どもと一緒に楽しみたい、交流したいと望んでいることが推測できる。

問 2－9. 予想外に大人に人気があったプログラムの要素・テーマ

表 4－15 予想外に大人に人気があったプログラムの要素・テーマの分類（回答館数 N=67）

	予想外に大人に人気があったプログラムの要素・テーマ・ファクター	ポイント数
1	自然	33
2	ハンズオン (工作・実験など含む)	25
3	フィールド・体験(野外)	16
4	星・天文	11
5	生活に密着した科学 (最新の科学技術含む)	10
6	解説・講座・ツアー・WS・ショー	9
7	産業・工芸	7
8	音楽・コンサート	6
9	親子・家族	5
10	食べ物・料理	4
11	歴史	4
12	サイエンス&アート	4
13	写真・映像・絵	3
14	季節のイベント企画 (クリスマス・バレンタイン)	2
15	伝承・民話	1
16	アート	1
17	夜間開館/夜の天体観望/夜の水族館	1
18	その他	1
計		143

\*複数回答の為、合計数は回答館数と異なる。

表 4－15 は、予想外に大人に人気があったプログラムのテーマを分類したものである。この設問には、67 館から複数回答の全体数 143 ポイントの回答を得た。これまでのテーマ・要素と同じように、「自然」に関する展示が最も多く、複数回答の全体数 143 ポイントのうち 33 ポイントであった。2 番目に多かったテーマ・要素は「ハンズオン」で 25 ポイントである。「ハンズオン」が子どもだけでなく、大人にも有効な手法であることが推測できる。これに続き、「フィールド・体験（野外）」が 16 ポイントであった。次いで、「星・天文」が 11 ポイント、「生活に密着した科学（最新の科学技術・時宜を得たテーマ）」が 10 ポイントであった。以下に、上位 1～3 位のテーマの数例を記す。

「自然」

- 1) 豪太（ホッキョクグマ）2 歳の誕生会：氷でできたケーキや地元の幼稚園児の歌のプレゼントでお祝いした（秋田県男鹿水族館）。

- 2) 綿をつむぐ (3 回シリーズ) : 1) ワタを育てる、2) ワタをつむぐ、3) ワタから布へ (姫路科学館)。

#### 「ハンズオン」

- 1) 「むしさんこんにちは」ふれあい体験 : カブトムシの幼虫やナナフシ・クワガタムシの成虫などの生きた昆虫に実際にさわってもらい、そのさわり方や習性を学ぶ、ムシに関するイントロダクションとして紹介。特に、虫をさわるなどの原体験が乏しい親世代を対象としている (伊丹市昆虫館)。
- 2) 自動車館 体験コーナー : プレス機やプラスチック成形機を自分で操作して部品を作り、ミニチュアカー (ゴム動力付き) を組み立てる。対象を中学生以下としているが小さいお子様の場合は、親と一緒に参加 (子供の分を組み立て) して頂いている。親の方が楽しそうに取り組んでいるように感じられる (産業技術記念館)。

#### 「フィールド・体験 (野外)」

- 1) 白山まるごと体験教室「川虫と川遊び」 : 川の中の生き物の行動や多様な世界を知るとともに、川遊びを通して自然とふれ合う。最近は大人でも子ども時代に川遊びを体験していない人が多い (石川県白山自然保護センター 中宮展示館)。
- 2) 田んぼの収穫祭・餅つき大会 : 併設している自然体験観察園で収穫したもち米で餅つきを行い、ついた餅と田んぼで取れたうるち米を先着 300 名に配布する (大阪市立環境学習センター)。

また、予想外に大人に人気があった展示と同様、プログラムにおいてもサイエンスコミュニケーションの活性化に関連するテーマに深く係るもので見当のつきにくいもの (「生活に密着した科学」、「星・天文」、「解説・講座・ツアー・WS・ショー」、「サイエンス&アート」、「音楽・コンサート」) の例を表 4-16 に記す。

表４－１６ 予想外に大人に人気のあったプログラムのうち  
生活に密着した科学に関連したプログラム（10 事例）

	館名	展示タイトル	展示内容
1	札幌市青少年科学館	サイエンスショー「燃えてびっくり!!～アルコールロケット発進」	(脱脂綿と硝化綿の燃焼・水を使った燃焼・水素の燃焼・粉塵爆発・アルコールの燃焼)物質の燃焼という化学反応を演示しながら紹介する
2	大洗わくわく科学館	春休みわくわく科学フェア	地域参加型のプログラムで、地域の小、中学生、市民ボランティアの方に参加して頂ける科学の祭典とし、スタッフにもボランティアの方に参加して頂き、科学実験教室、工作教室等を開催した
3	越谷市科学技術体験センター	科学講演会(脳、アルツハイマー、ロボットなどのテーマ)	年間4～5回の科学に関する著名な研究者の講演を実施し、科学や科学技術に関する興味、関心を高める機会とする
4	横浜マリタイムミュージアム	小学生のための親子海図教室	航海、作業、調査、マリンレジャーなどのために作られている海図の記号、数字などの意味と読み方を学び、「海の地図」である海図の理解を深めてもらう
5	佐久市子ども未来館	サイエンス・マジックショー	液体窒素を使った超低温の世界を実験を通して体感する。バナナで釘を打ったり、凍らせた花をバラバラにするなど、リアリティーある実験が興味をひいた
6	瑞浪市地球回廊	ハイビジョン「奇跡の星」	環境問題を考えるハイビジョン
7	きしわだ自然資料館	21世紀の大地震	地震の専門家をお呼びして、地震が起こるメカニズム、今までに起こった大地震の痕跡、地震が起こった場合の対処などについてお聞きする会
8	核燃料サイクル開発機構人形峠展示館	科学実験教室	これまでに子供会、親子会、学級会の方々に利用いただいています。17年度の企画は「紙ホイッスル」「ボルタ電池」「紙ブーメラン」の実験工作を用意している
9	あすたむらんど徳島	サイエンスショー	毎月テーマを選んで実施する約20分間の実験ショー
10	鹿児島市立科学館	科学の祭典	いろいろな実験、工作のブース。子どもと同じように興味をもち、喜ばれている大人の姿が見受けられた

その他、プログラムにおいて特筆すべきテーマの事例を次に取り上げる。

#### 「星・天文」

- 1) 天体観察会（スタンプラリー）：夜間、天文台の大型天体望遠鏡で本物の星を見る。  
見やすい天体をリストアップしたカードを作成し、お客さんがその星を見たら、  
スタンプを押すスタンプラリーを実施（熊谷市立文化センター プラネタリウム館）
- 2) しし座流星群観望会 2001（夜間）：肉眼でしし座流星群を見る（久万高原天体観測館）。

#### 「解説・講座・ツアー・WS・ショー」

- 1) 南方熊楠講座：講演と粘菌採集を行う（南方熊楠記念館）。
- 2) ウミガメ教室：ウミガメの産卵やふ化の様子をふ化した子ガメやVTRを使って解説（鴨川シーワールド）。

#### 「サイエンス&アート」

- 1) プラネタリウムとホテルのタベ：市のホテルの会で飼育しているホテルと星空の中で飛ばす（越谷市立児童館コスモス）。
- 2) プラネタリウム「クリスマス番組」：プラネタリウムで、クリスマスにまつわる伝説や星空の解説を行い、クリスマスの雰囲気を楽しんでもらう（京都市青少年科学センター）。

#### 「音楽・コンサート」

- 1) 秋の水辺コンサートのつどい：科学館の中池を利用したコンサートで、地域の保育園・幼稚園・小学校・中学校・その他各種団体のコーラスなどの発表会（熊本市水の科学館）。
- 2) ミュージアム・コンサート：夕方から夜にかけて開催している、宮沢賢治の詩や童話の朗読と、内容の解説、及び生演奏の音楽によるコンサート（蒲郡情報ネットワークセンター「生命の海科学館」）。

以上、予想外に大人に人気のあったプログラムに関する主要な事例をまとめたが、アンケート結果から展示と同様、以下のプログラムが大人に有効であることが明らかになった。

1. 人々の生活に必要な情報やテーマ
2. 日常では体験できない科学的な体験（サイエンスショーなど）
3. 星・プラネタリウムなどきれいなもの
4. 博物館・科学館（屋内・屋外）におけるコンサート
5. 触ったり、五官をつかうハンズオン・プログラム
6. 野外に出て観察などを行うフィールド・プログラム

## 問 2－9．予想外に大人に人気があったプログラムの理由

表 4－17 は、博物館・科学館側にお聞きした「予想外に大人に人気があったプログラムの理由」を表している。85 館から回答があり、22 項目 98 ポイントの理由に整理した。分析の結果、「五官をつかった活動を取り込んでいるプログラム」が、大人に人気があった理由であると分類されるものが最も多く、13/98 ポイントであった。次は、「興味があること」11/98 ポイントで、3 番目に多い理由は、「プログラムで制作したオリジナルなモノやお土産を持ち帰ることができるから」、が 10/98 ポイントである。展示同様、4 番目に多い理由が「子どもと参加できる・楽しめるから」であった。子ども・大人が共に楽しめる展示・プログラムは需要があり、今後の開発が期待される。次に上位 1～3 位の数例を記す。

表 4－17 大人に人気があったプログラムの理由（回答館数 N=85）

	予想外に大人に人気があった理由(展示)	ポイント数
1	【五官】ハンズオン(見・聞・香・触・味覚)をとおし て実際に体験するものであるから	13
2	興味があることであるから	11
3	オリジナルプロダクト/おみやげを持ち帰ること ができるから	10
4	子どもと一緒に来ることができる・楽しめるから	9
5	珍しいから	7
6	実物であるから	6
7	知らなかったことがわかるから	5
8	大人が楽しめるから	5
9	身近なもの・わかりやすいもの・気軽なものであ るから	4
10	生活・医学に役に立つものだから	4
11	生の解説	4
12	流行しているもの・人気のあるものだから	3
13	自然史だけでなく、総合的な視点であったから/ サイエンス以外のものがあるから	2
14	懐かしいから	2
15	楽しいから	2
16	新しい・新鮮であるから	2
17	イベントの雰囲気を楽しみたいから	2
18	物理的な条件:子どもたちには、長時間の作業 は向かない・子どもたちだけでは来れないなど。	2
19	経済的な条件:参加費が少ない	2
20	PRがうまくいったから	1
21	達成感があるから	1
22	心理的効果	1

\*複数回答の為、合計数は回答館数と異なる。

1. 「【五官】ハンズオンをとおして実際に体験するプログラム」の例：

- 1) サイエンスショー「燃えてびっくり!!～アルコールロケット発進」：物質の燃焼という化学反応を演示しながら紹介する。(脱脂綿と硝化綿の燃焼・水を使った燃焼・水素の燃焼・粉塵爆発・アルコールの燃焼) 幼稚園児や小学生の子どもを持つ女性に人気があった。日常生活に関わりの深い物質を使った燃焼実験を行いながら、防災についての解説も行うため、子ども以上に大人が興味を覚えたのではないかと思われる(札幌市青少年科学館)。
- 2) 科学講演会：市のホテルの会で飼育しているホテルを星空の中で飛ばす。プラネタリウムの中で幻想的な淡い光が飛ぶ様子や星空の中で聞く心安らぐ音楽に魅了されるためという理由で親子・年配者に人気(越谷市科学技術体験センター)。

2. 「興味があるプログラム」の例：

- 1) 21世紀の大地震：地震の専門家を呼んで、地震が起こるメカニズム、今までに起こった大地震の痕跡、地震が起こった場合の対処などについて話を聞く会。地震という、今一番地域の大人が知りたかった題材をとりあげたため、防災担当者や、4～50代の地域住民に人気があり、質疑応答なども盛況であった。(きしわだ自然資料館)。
- 2) 水族館体験ツアー：水族館の仕組みや飼育職員の仕事について参加者が解説を聞きながら、実際にバックヤードを歩いていろいろなことを体感してもらう。通常見ることができない水族館の裏側は大人を含めて男女問わず関心度が高い(アクアワールド茨城県大洗水族館)。

3. 「オリジナルなモノ・お土産の例」：

- 1) 工作教室「自動パン焼器を作ろう」：乳パックを容器にし、中にホットケーキミックスを入れ、鉄板を差し込んで交流(100V)を流し、電気抵抗による発熱で“パン”を焼く。パン生地を作る(小麦粉と卵、牛乳をボールで混ぜる)という日常的な行為と、そのパン生地にAC100Vを流してしまうという非日常的な行為をほぼ同時に体験するというギャップ感、意外にもそうして作った“パン”が結構おいしい。また、「装置」が繰り返し使えることが魅力であったと考えられる(新潟県立上越科学館)。
- 2) 工作教室「石灰岩のペンダント作り」：切り出した石灰岩を耐水ペーパーで磨いてピカピカのペンダントに仕上げる。ひたすら磨くという作業が子供には不向きだった。シックなペンダントに仕上がり、大人のアクセサリとして十分に使えるものが出来た(綾部市天文館(パオ))。

また、ここで書き留めておきたいことは、「気軽さ」と「生の解説」が大人に有効であるということである。もともと科学に抵抗のある層を引き込むためには、身近な話題、やさしく理解できる内容、触れそうな虫などから導入していくことが望ましい。また、大人の場合、講話型のプログラムになじみやすい傾向があるため、ガイドツアーなどの「生の解説」は大人を引き付ける手段のひとつである。



## 5 考察

### 5-1. 地域の特色を活かした展示・プログラムについて

地域の特色を活かした展示・プログラムについては、図4-1及図4-2に示されているように、アンケート結果から回答館の66.3%の館が何らかの「地域の特色を活かした」取り組みを行っていることがわかった。また、図4-3に見られるように、そのような取り組みが増加傾向にあると回答した館の割合は減少傾向にあると回答した館の割合より上回っている。

最も取り上げられているテーマは、展示・プログラムのいずれにおいても、地域の自然、動物、植物、昆虫など、自然をテーマとしたものが多い(展示:59.1%、プログラム:65.7%)。地域の自然は、地域の博物館・科学館にとって展示しやすい題材であるとともに、地域の人々にとっても最も親しみやすいものであることから、広く科学に親しむことへのきっかけとなることが期待される。

20年も前に、「自然や生命を大切にしていこうとする、ごく基本的な意識を前面に押し出している。こうした方向性は現在や未来に対するある種の危機の表明でもあり、未来においても主導権をとっていきたいという人類の決意の表明ともいえる」ということが「21世紀の科学館博物館の方向性のひとつ」として打ち出されていたが<sup>18</sup>、21世紀になってその兆しがより明らかになってきたものと思われる。

次に多いテーマは、「地域の歴史・遺産・街の移り変わり」(展示:12.7%、プログラム:6.4%)及び「地域の産業・科学技術・道具・農業・伝統工芸」(展示:11.0%、プログラム:11.6%)であった。最も多かったテーマ「自然」と同様、歴史や産業などこれら地域に関する題材は、ローカルな視点からグローバルな視点につなぐ導入部として適切且つ重要である。

一方、少なかった展示・プログラムのテーマは、身近な生活の科学技術、地域の科学者、医学などであった。また、NPO 法人 市民科学研究室による「全国科学館 扱いテーマ調査(2005)」<sup>19</sup>の調査結果においても、生活密着型、生活科学・家庭科、食物・建築、医療・生命、農林水産業、といったテーマが、扱われることの少ないテーマとして挙げられており、本調査と同様の傾向を示している。身近な生活の科学や医学などは、自分の生活の中で科学とかわかっていく上で最も入りやすい間口となるテーマである。このため、実施館における事例の共有を図り、より多くの館で実施される仕組みがあれば、今後充実する分野であると思われる。

地域の特色を活かした展示・プログラムについては、館の大小(規模・予算を含む)やテーマの違いはあるものの、各館の地域ごとの現状を踏まえた上で、さまざまな工夫・努力をしていることが明らかになった。「自然」や「地域の題材」に関する科学に親しみやす

<sup>18</sup>小谷正一監修、「世界の博物館は、いまー21世紀の科学館をめざしてー」、p.186、株式会社 新紀元社、1984年。

<sup>19</sup> NPO 法人 市民科学研究室 科学館プロジェクト、「全国科学館 扱いテーマ」調査報告書、同法人、p.39、2005年。

い間口を地域の博物館・科学館が用意していることは、市民が地域の問題からよりグローバルな視点で科学にかかわっていく次のアプローチを獲得していくプロセスにつながるものとして評価されよう。「コレラ予防展」のような、日々の生活に関連する科学技術の話題をとりあげ、展示やプログラムの更なる充実を行っていくためには、制作費などの問題もあるため、ミニ企画展や教育プログラムに取り入れていくのも一法であろう。

## 5-2. 大人を呼ぶための工夫をした展示・プログラムについて

我が国の科学館・博物館においては、子ども向け、学校団体向け、もともと科学に興味のある人たち向けの教育普及活動は実践的にかなり実施されている<sup>20</sup>。サイエンスコミュニケーションの活性化活動が重要なターゲットとすべき、科学にあまり興味のない層に対する取組みについては、より対象を絞った展示やプログラムを設計する必要がある。しかし、そうした展示やプログラムの実施は困難であったこともあり、これまで系統立った取組みはほとんど行われてこなかったという事情がある。今後とも科学技術創造立国を目指すには、科学館や博物館が「科学をみんなのものとする思想」をどれだけ一般の人々に広げていけるかが重要な鍵となる。そのためにも、幅広く大人を巻き込んでいく必要がある。

図4-6で示したアンケートの結果から示されるように、自館を大人向けの施設として認識している館は全体の31.3%で、大人・子どもの両方の施設として認識している館は52.2%であった。この両方を加えると、回答館の83.5%の館が、大人を主要な来館者として位置づけていることがわかる。一般的に、科学館が対象としているのは子どもであるという認識があるが、博物館・科学館のポリシーは必ずしもそうではないことも判明した。

また、図4-7に示されているように、同アンケート結果から、8割以上の館が、大人を自館の来館者として想定しているにも関わらず、大人を呼ぶための工夫を行っている館は、全体の43.2%と5割を切っている。図4-8に見られるように、そのような取組みが増加傾向にあると回答した館の割合は減少傾向にあると回答した館の割合より上回ってはいるが、大人を来館者として位置づける理念にかなう取組みのいっそうの強化が期待される。

表4-5で触れたように、アンケート結果から、大人を呼ぶために各館が具体的に工夫していることは、1. 時間の調節、2. オーダーメイド企画、3. 誰にでもアピールの高い要素：ユニバーサル・ランゲージ、4. 季節に合った企画、5. ユニークなテーマ、6. ニーズに合ったテーマ、7. ボランティア制度、8. 周辺施設（駐車場、託児所、空間演出など）に関する項目であり、これらは大人を呼ぶ要素として有効かもしれない。また、インタビュー結果からこうした要素を用いた具体的な取組みも実践され、実際に来館者から反響があるとのことである（例：T型フォードの運転体験【トヨタ博物館】ロボットを介して、高齢者に対する介護施設へのアウトリーチ【ロボスクエア】は6に当てはまる。飼育しているジンベイザメが大きく成長したら海に返すプログラム【いおワールド鹿児島水族館】は5に当てはまる。）。

また、海外との比較分析（第4章 コラム 01）からは、2. オーダーメイド企画、3. 誰にでもアピールの高い要素：ユニバーサル・ランゲージ（食べ物・飲み物）、6. ニーズ

<sup>20</sup>渡辺政隆・今井寛、「Discussion Paper No.39 科学技術コミュニケーション拡大への取組みについて」、文部科学省 科学技術政策研究所、2005。

に合ったテーマなどについては、海外のサイエンスコミュニケーション先進館と同様の試みが認められた。このように、大人を呼ぶための工夫を取り入れた実践を行う館は既に多くの館が取り組みを始められているところではあるが、取り組みの多様性を充実させ、よい実践がより多くの館に広がることが期待される。また、海外の事例で優れている要素に、科学映画やミュージアム・シアターを活用したものがあるが、こうした点も試みる価値があるであろう。例えば、ニューヨーク市立大学の Graduate Center の科学アウトリーチのウェブサイトは、ダンスや劇などを活用した科学に関するプログラムを行っており、参考になる (<http://web.gc.cuny.edu.sciart/index.htm>)。

大人向けの展示・プログラムの占める割合及びその増減については、大人向けの展示・プログラムが占める割合が半分程度かそれ以上あると回答した館は、無回答を除き、展示では全体の 4 割強、プログラムで 4 割弱であった（図 4－8 参照）。また、増減については、展示・プログラムとも増加傾向にあると回答した館の割合が減少傾向にあると回答した館の割合を上回った（図 4－9 参照）。なお、展示もプログラムも増加していると答えた館は 4 館のみであったが、展示が減っている場合及び変わらない場合は、プログラムの増加（それぞれ 26 館・18 館）で各館が工夫していることがうかがえる（表 4－6 参照）。

大人を呼ぶために工夫した展示及びプログラムで最も人気があるとされる事例は、展示（表 4－7）では、29.7%（47/158 ポイント）、プログラム（表 4－11）では 16.1%（44/273 ポイント）が、動物・昆虫・植物・山などに関する「自然」をテーマとしたものである。これは、表 4－12、4－15 などで示したように、もともと大人向けではなかったけれども、大人に人気があった展示及びプログラム事例の結果でも同じく「自然」に関するテーマが最も多かった（展示：39/113 ポイント；プログラム：33/143 ポイント）。「自然」に関するテーマは、広く一般的に大人の興味をも引くものであり、地域の博物館・科学館においてもそのニーズに充分対応できているといえる。

また、同じく、それに続いて、表 4－12、4－15 で、予想外に大人の興味を引くものとして、「ハンズ・オン」があった（展示：17/113 ポイント；プログラム：25/143 ポイント）。これまで子どものため手法だと思われていた「ハンズ・オン」であるが、「ハンズ・オン」は年齢層に関係なく、興味を引き出しやすいことが示唆される。例えば、牛の博物館の「バター・アイスクリーム親子体験教室」では、親の方がバターの歴史や科学的な説明まで高い興味を示すことがわかった。

### 5－3. サイエンスとアートの融合

サイエンスコミュニケーション活性化のひとつの鍵となるサイエンスとアートの融合事例は、日本では少ないのではないかという予測に反して、今回の調査では、既に全国的に科学館・博物館において実施されている例の他、日本独自のタイプが存在すること、また、こうした展示は人気があることが確認できた（表 4－9、4－10、5－1）。サイエンスとアートなどの「かけ合わせ型」に関して、今回確認された例は文学、スポーツ、ファッションなど数例ではあったが、何と何をかけ合わせるべきかという組み合わせの可能性は大きい。ひとくちにアートといってもその範囲は広いため、サイエンスとアートの分野を充実させていくものと思われる。「アロマセラピーインプラネタリウム（さいたま市宇宙劇場）」などの五官に訴えるプログラムなどは、広く大人の興味も引き出しやすい。また、今

回の調査で今後日本型のサイエンスコミュニケーションを追及していく際には、日本らしさがキーワードになるのではないかと多くの事例が多く散見された。盆栽・苔玉・「聞香会（小松市立博物館）」など日本文化に関連するものがあつた。また、併設している自然体験観察園で収穫したもち米で餅つきを行い、ついた餅と田んぼで取れたうるち米を配布したりするイベントもあつた（大阪市立環境学習センター）。博物館・科学館におけるこうした要素を含むプログラムづくりも今後さらに望まれている。

昨今の海外のサイエンスとアートの新しい連携のあり方として、英国のロイヤル・カレッジ・オブ・アート（RCA）での英国科学館との共同プロジェクトの事例も参考になる。英国科学館では、RCA の教授や学生と連携し、科学館の一角に 21 世紀のエネルギーの世界を予測した展示を企画したり、「プラスチック」という題材で展示を共同開発したりしている。予算が限られている中で、大学や学校と共同連携していくこともサイエンス×アートの融合に効果的な取組みのひとつとなるのではないだろうか。

また、今回のアンケートで科学館・博物館におけるアート・オブジェがあるかどうかを問う項目があつたが、オブジェがあると答えた館は 133/368 館（36%）であつた。具体的にどのようなアート・オブジェがあつたのかの事例を表 5-2 のとおりである（ここでは具体的なオブジェを把握するため写真を提供してもらった館のみ記載）。オブジェは、科学館においても設置されていることが多く、館のコンセプトをうまく表現しているものが多いため、オブジェを利用した展示解説やオリエンテーションなども、科学に関心の少ない層を巻き込んでいくための方策として試みる価値があると思われる。

表 5-1 サイエンス&アートかけ合わせ型（展示・プログラム別）

	事例
大人向けの展示	① 石川県立児童館の「銀河鉄道の夜」：宮澤賢治作「銀河鉄道の夜」に出てくる岩石や銀河系を紹介するものであり、文学×鉱物（自然科学）をかけ合わせ型。 ② 伊丹市昆虫館の「トラトラタイガース展」：タイガースの優勝の際、トラのつく虫の標本を展示するなど、タイガース（スポーツ）×昆虫（自然科学）のかけ合わせ型。 ③ トヨタ博物館の「『クルマとモード』～ベル・エポックからモダニズムへ～」：ファッション×自動車（産業科学）のかけ合わせ型。
大人向けのプログラム	① 防府市青少年科学館の「中原中也と中秋の名月」：中原中也の残した月に関する詩の解説及び月観望を文学×天文のかけ合わせ型。 ② 野に万葉の花を訪ねる（北海道海鳥センター）：万葉集に登場する野草を実際に野外で観察し、併せて歌も鑑賞したりと、文学×科学のかけ合わせ型。
予想外に大人に人気のあつた展示	① 愛媛県立博物館の特別展「万葉集の植物」：万葉集に歌われている植物を、俳句の説明とともに紹介する。文学×植物（自然のかけ合わせ型）。古文を扱うという点で 60 代前後の来館者に人気が出た。 ② 山形県立博物館の「おまけになった生き物」：生き物のフィギアを展示すると共に実物標本など紹介した。フィギア×生物（自然科学）のかけ合わせ型。
予想外に大人に人気のあつたプログラム	① 越谷市立児童館コスモス「プラネタリウムとホタルのタベ」：市のホタルの会で飼育しているホタルを星空の中で飛ばすという天文

	<p>× 蛭（生物/自然科学）のかけ合わせ型。*この場合どちらも科学で科学×科学であるが、プラネタリウムも蛭も視覚的な美に訴える部分が大きく、サイエンス&amp;アートに帰属させた。</p> <p>② 京都市青少年科学センタープラネタリウム「クリスマス番組」：プラネタリウムで、クリスマスにまつわる伝説や星空の解説を行い、クリスマスの雰囲気を楽しんでもらう天文×クリスマス（季節イベント）のかけ合わせ型。</p>
--	--

表5-2 アート・オブジェ（具体例）

	博物館	オブジェ
1	久慈琥珀博物館	太陽の石
2	東北大学博物館	仙台城二の丸スギ輪の円盤
3	秋田県立子ども博物館	秋田の自然をモチーフにしたタペストリー/顔のプロファイルをかたどったフレーム
4	狭山市立博物館	エントランスのアケボノゾウ
5	伊豆大島博物館	地層断面のはぎ取り(長さ20m 高さ3m)
6	東京都水の科学館	水の科学館ロゴマーク/水のオブジェ(泉)
7	山梨県立富士ビジターセンター	富士山シンボルオブジェ
8	神奈川県立生命の星・地球博物館	ステンレス銅板製の「空」/大理石・アルミ製の「大地」/ストロマトライトの「水」/エントランスホールの「宇宙弦」
9	原子力の科学館「あっとほうむ」	メビウスの輪
10	水と緑の館	ペットボトルのふた約2万個で作った高さ2m長さ10mの巨大キャップアート
11	熱川バナナワニ園	ワニのトビアリー(ワニ園の入り口の雰囲気づくり)
12	アクアプラザながら	水をイメージしたマスコットキャラクター”アックん”
13	東山植物園	彫刻・モニュメント等10点
14	トヨタテクノミュージアム 産業技術記念館	豊田佐吉による「環状織機(1924年製)」(研究と創造のシンボル)
15	半田空の科学館	ステンレス製のオブジェ:「太陽の柱」/木彫り:「朝日の昇る時」
16	豊橋市自然史博物館	実物大の恐竜模型10体と動く模型1体
17	滋賀県立水環境科学館	花の塔(噴水:水・土・花のつながりを表現)
18	中部電力 川越電力館テラ46	館の建物自体が地球儀の形(直径29m)
19	JT生命誌研究館	生命進化38億年の生物多様性の絵巻
20	核燃料リサイクル人形峠	ウランガラス
21	阿南市科学センター(那賀川町科学センター)	アーチ状の石オブジェ(高さ3m)
22	御船町恐竜博物館	ティラノサウルスの復元模型(全長約10m)
23	宮崎科学技術館	H2ロケット実物大模型
24	鹿児島市立科学館	地球から宇宙へのシンボル/風のオブジェ(ソーラー6枚)
25	牛の博物館	親子の牛ブロンズ像
26	いわき市アンモナイトセンター	アンモナイトの立体模型(高さ2m)
27	さいたま川の博物館	立方と球体と支柱のオブジェ(さいたま彩の国バラエティ98大賞受賞)
28	熊谷市立文化センタープラネタリウム	太陽系の惑星モデル/季節の天体写真

#### ５－４．地域別回答の主な結果

ここでは、主要な地域別の回答結果をまとめる。図５－１は、地域の特色を活かした展示・プログラムの地区別データである。

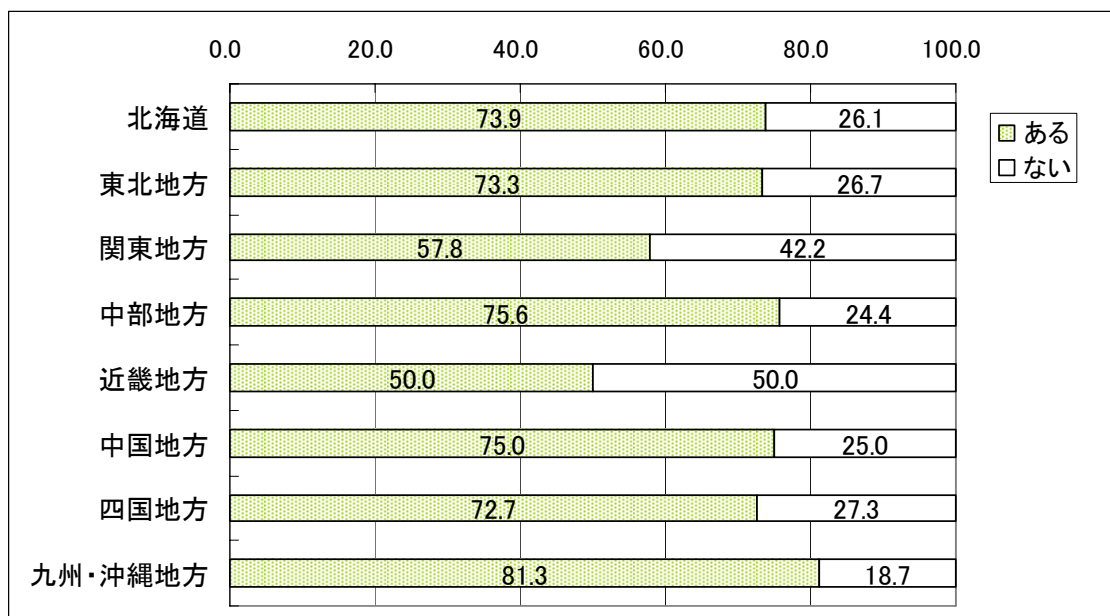


図 ５-1 地域の特色を活かした展示・プログラムの有無の地区別データ (%) (N=368)

地区別に見ると、地域の特色を活かした展示・プログラムがあるとの回答の割合が最も多かったのは、81.3%の九州・沖縄地方であったが、全般的にどの地区においても、50%から70%が、こうした展示やプログラムがあると回答していた。

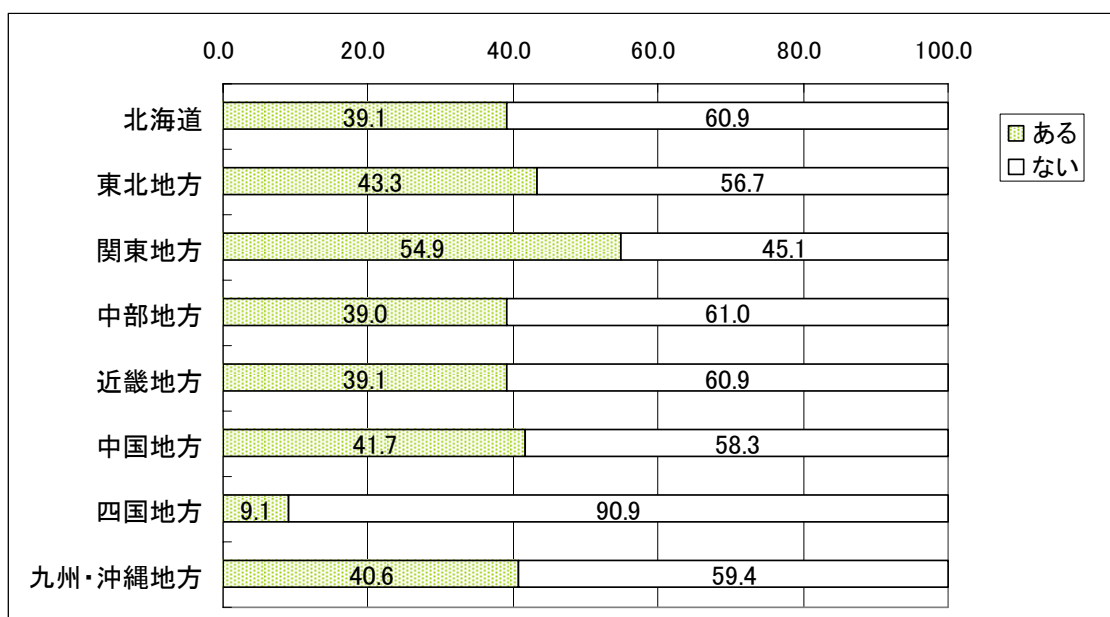


図５－２ 大人向けの工夫があるか、ないか（％）（N=368）

「大人向けの工夫をしていますか」という設問に対する地域別回答では、ほとんどの地域は 50%以上の回答館が何らかの工夫をしているという結果になった（図５－２）。大人向けの工夫を最もしている地域は、回答館数の 54.9%を占める関東地方であった。それに対して、四国地方では、回答館のうち大人向けの工夫をしているとの回答があまり得られなかったのは、四国の博物館施設の数が少ない上、回答館自身が子ども向けの施設が多かったということも一因であると考えられる。

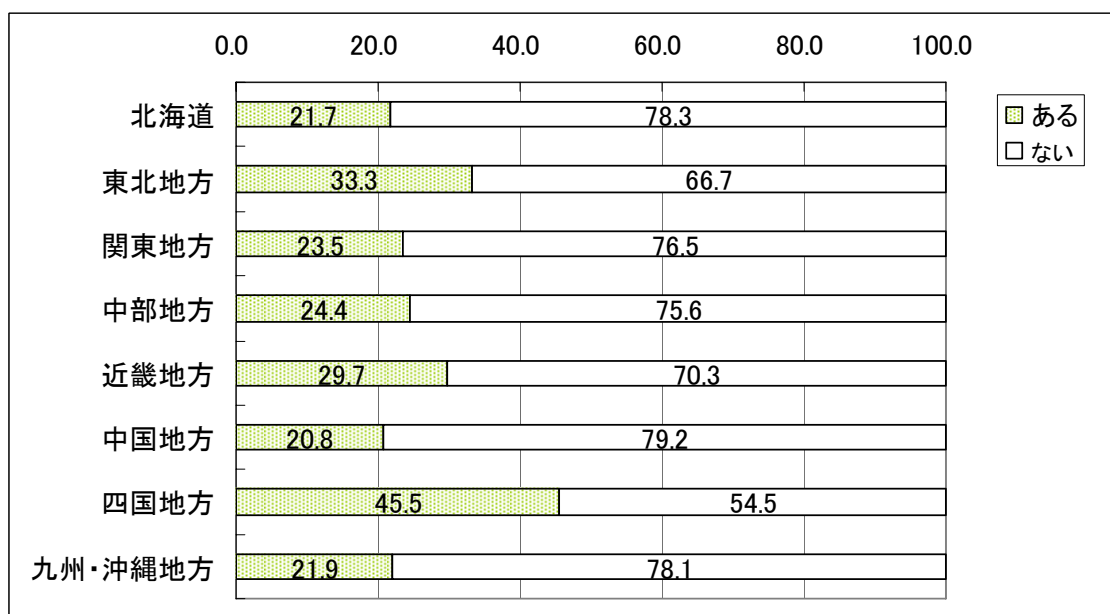


図５－３ 予想外に大人に人気のあった展示やプログラムがありましたか

予想外に大人に人気のあった展示やプログラムがあったとの回答が最も多かった地域は、

四国地方で 45%であった。ついで、東北地方の 33%。他の地域は、だいたい 2 割が、大人にも予想外に効果的な展示・プログラムがあると答えている。

地域別では、その地域を構成している都道府県数や館数や利用者数の差異などから、地域別に分析する困難さも発生するが、地域別に見ていくことで、どの地域から何を情報として獲得できるかなども明らかとなり、今後の情報交換・共有に大変役立つものと期待される。



## 6. まとめ

本論でもとりあげたように、大人側には、子どもと一緒に参加できる・楽しめるという理由で来館したいというニーズがある。それを踏まえた上で、大人向け、子ども向けと区別し、来館者を限るのではなく、あくまでも両者をターゲットとしながらも、大人、子どもの特性に対応できる展示及びプログラムを開発・実施することが必要である。また、大人・子どもの両者に魅力的な展示及びプログラムの開発・実施が年齢にかかわらず広く科学に親しむために効果的である。

今回、地域の特徴を活かした展示・プログラム及び大人を巻き込むための工夫、展示及びプログラムに関する地域ごとの博物館・科学館の取組みの現状を調査したが、想像以上に日本全国の地域の博物館・科学館においてそうした工夫や取組みがなされていることがわかった。いくつかのテーマ・要素に分類することにより、網羅的ではないが、今後の展示・プログラム開発のための効果的な要素を割り出すことができたと考えている。博物館・科学館は、生涯学習の場として幼児から高齢者までの多様な来館者を想定し、活動を行うことが期待されており、本調査で明らかになった多様な実践事例をはじめ、さらに地域における独創的で科学を楽しめるような展示やプログラムの企画をますます期待したい。

インタビュー結果、アンケート結果を踏まえた上での具体的な提案を下記に列挙する。

### 具体的な提案点

- ・ 現在、地方の博物館においては、予算の減少や制限などの苦しい現状が認められる。既に各館では、現状に即した様々な工夫が行われているが、科学館・博物館活動を充実させるためにも、ガイドライン的ではない、それぞれの地域の現状にあわせた取組みを行っていく。
- ・ サイエンスとアートのかけ合わせ型において多様な可能性が認められた。盆栽などの事例に見られるように日本的な「文化としての科学」を提唱し、広めていくことができそうであり、その題材は、自然科学とともに共存してきた日本文化や歴史の中にヒントを見つけられるかもしれない。大学と連携プロジェクトを組んで展示やプログラムを開発するなど、予算面や人材面を外部からサポートする仕組みも効果的である。
- ・ 「生活に使われている科学技術」を切り口としたテーマは、小規模でもよいので巡回展として開発し、共有していく。
- ・ 各地域で既に行われている優れた事例を共有するための手段として、データベースの構築が有効である。

## 7. 謝辞

今回の報告書作成に当たっては、多くの皆様の御協力を頂きました。独立行政法人科学技術振興機構（JST）の日本の科学館めぐりのサイトに登録されている全国の博物館・科学館 623 館の皆様には、お忙しい中御回答いただきまして、心から感謝申し上げます。

また、インタビュー調査においては、いおワールド鹿児島水族館（鹿児島県）の萩野洸太郎館長、牛の博物館（岩手県）の高野教導副館長、黒澤弥悦主任学芸員、久慈琥珀博物館（岩手県）の佐々木和久館長、防府市青少年科学館（山口県）の岩永誠館長、下井倉ともみ学芸員、ロボスクエア（福岡県）の企画・運営担当の北島慶子氏、大牟田市石産業科学館【石炭館】（福岡県）の井上泰人館長、学芸担当 永吉守氏、自転車博物館（大阪府）事務局長 中村博司氏、トヨタ博物館（愛知県）トヨタ博物館学芸グループ長の山田耕二氏の皆様から貴重な御意見を頂きました。

本調査の報告書を仕上げるに当たって御助言いただきました当研究所桑原輝隆総務研究官、及び、アンケートの発送・データの打込みの確認作業に御協力いただきました当研究所第2調査研究グループの大釜陽子さまにこの場を借りて心から感謝申し上げます。



## 8. 参考資料

資料1 地域の博物館・科学館における取組みに関する調査票

資料2 単純集計データ

資料3 調査結果別の日本地図

資料4 マリアン・コシュランド科学館

4-1. マリアン・コシュランド科学館（2004年開館時より現在まで）の  
イベント一覧（要素別）

4-2. マリアン・コシュランド科学館概要

補遺 博物館・科学館インタビュー調査



## 資料1 地域の博物館・科学館における取り組みに関する調査票

平成17年12月5日  
文部科学省  
科学技術政策研究所

### 「地域における博物館・科学館における取り組みに関する調査」(お願い)

拝啓 時下ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。

平素より、文部科学省科学技術政策研究所の各種調査等にご協力頂き厚く御礼申し上げます。

当政策研究所第2調査研究グループでは、博物館や科学館等と学校連携に関する調査・研究をこれまで実施しておりますが、その結果、博物館や科学館等の活動が地域における科学技術の理解増進活動に極めて重要な役割を果たしていることが明らかになってきました。

つきましては、今回、地域の博物館や科学館等における以下3点の活動についてその効果的な取り組み等を伺い、より現場の方々に広く還元できる政策提言のため、調査・研究を実施したいと考えております。

敬具

#### ■ 今回の調査における3つの調査項目

1. 地域の特色を活かした展示・プログラムについて
2. 大人に人気のある展示・プログラムについて
3. 博物館・科学館のアート・オブジェについて

※ 本アンケートは、貴館の現在の活動状況をお聞きするものですので、現状の内容について把握していられない方であれば、どなたが記入してくださっても構いません。

※ 本調査にあたりましては、科学館ポータルサイト「日本の科学館めぐり」において紹介されている館を対象に調査票を送付させていただきました。

※ PC上での回答のほうがご都合よい場合、下記のウェブサイトにアクセス頂きますと、同封されているアンケートと同じものがワード文書でダウンロードできます。

ワード文書アンケート：<http://www.nistep.go.jp/muse/>

#### ■ ご回答期日：

2005年12月22日(木)まで

#### ■ 返信方法：

1. 同封の返信用封筒で郵送
2. FAX 03-5220-1252
3. Eメール [muse@nistep.go.jp](mailto:muse@nistep.go.jp)

お忙しい中、大変お手数とは存じますが、本調査の趣旨をご理解頂き、何卒ご協力よろしくお願い申し上げます。ご回答いただきましたデータに関しては、この調査以外に使用することはありません。また、責任を持って情報の管理を行うことをお約束申し上げます。

お問合せ先：(担当) 清水 麻記  
文部科学省 科学技術政策研究所  
第2調査研究グループ  
[mshimizu@nistep.go.jp](mailto:mshimizu@nistep.go.jp)



## 「地域の博物館・科学館における取り組みに関する調査」

この調査票は目的外の使用は絶対にいたしませんのでご協力をお願いします。

<b>貴館の名称</b>		
<b>記入担当者の連絡先</b>	<b>お名前：</b>	
	<b>TEL：</b>	
	<b>FAX：</b>	
	<b>E-mail：</b>	
★報告書作成後に報告書にご協力いただいた館に、配布を予定しています。ご希望の方は、「希望」に○を、不必要の方は「希望しない」の番号のカッコ内に○をご記入ください。		
1.（ ）希望		2.（ ）希望しない
<b>貴館の基本情報</b>		
<b>年間入場者数（2004年度）</b> ＊正確におわかりにならない場合はおよその人数でけっこうです。	（年間入場者数                      ）人	
<b>年間来館者数に占める割合</b>		
<b>（大人／こども）</b> ＊カッコ内にご回答ください。	大人（          ）％ こども（          ）％	
<b>（女性／男性）</b> ＊カッコ内にご回答ください。	女性（          ）％ 男性（          ）％	
<b>（県内／県外または ＜地域内＞／＜地域外＞）</b> ＊カッコ内にご回答ください。	県内＜地域内＞ （          ）％ 県外＜地域外＞ （          ）％	
<b>貴館の想定する 主な来館者層</b> ＊番号のカッコ内に○をつけて選んでください。	1.（          ）大人 2.（          ）子ども 3.（          ）すべて 4.（          ）その他（記入：_____）	
<b>貴館の運営主体</b> ＊最もよくあてはまるものの番号のカッコ内に○をつけて選んでください。	1.（          ）地方公共団体 2.（          ）公的法人 3.（          ）民間 4.（          ）その他（記入：_____）	

本アンケートの1ページから6ページまでの該当箇所にお答えいただき、お手数をおかけいたしますが、同封の返信用封筒をお使いになるか、下記までメールもしくはFAXで送信いただくと幸いです。

担当：清水麻記（文部科学省 科学技術政策研究所 第2調査研究グループ）  
[muse@nistep.go.jp](mailto:muse@nistep.go.jp) FAX:03-5220-1252

## 1. 地域の特色を活かした展示(常設・特別展の両方を含む)・プログラムについて



☆貴館の現在の活動状況をお聞きするものですので、記入される方の主観でご回答頂いてけっこうです。

**問 1-1.** 地域の特徴を活かした展示（常設・特別展）やプログラムはありますか。カッコ内に○をつけてください。

1. ( ) ある



「ある」の方は問 1-2. と問 1-3. にご回答頂いた後に問 2-1. 以降に進んでください。

2. ( ) ない



「ない」の方は p. 3 の問 2-1. 「大人を意識した展示・プログラム」についての項目に進んでください。

**問 1-2.** 問 1-1. で「ある」とご回答頂いた方に次の 3 つの項目をお聞きします。

○貴館において、地域の特徴を意識してつくられた展示（常設展示を含む）やプログラムはそれぞれ年間いくつありますか。カッコ内に数字をご記入ください。回答例：1 つの場合「1」。

○また、地域の特徴を意識してつくられた展示・プログラムの全体の展示・プログラムの中に占める割合は何%ですか。あてはまる番号を○でお答えください。

○地域の特徴を意識してつくられた展示・プログラムはここ数年間の傾向として増えていますか？減っていますか？

	数	全体に占める割合	増えているか・減っているか？
展示	( )	1. ( ) 全て 2. ( ) 半分 3. ( ) 3 分の 1 以下	1. ( ) 増えている 2. ( ) 横ばい状態である 3. ( ) 減っている
プログラム	( )	1. ( ) 全て 2. ( ) 半分 3. ( ) 3 分の 1 以下	1. ( ) 増えている 2. ( ) 横ばい状態である 3. ( ) 減っている

**問 1-3.** 問 1-2. でお答えいただいた展示やプログラムの例を下記の表に従って、それぞれ 1 つずつ具体的にご回答いただけますか。展示・プログラムのタイトル、概要、反響（特に誰に人気であったか等）をご記入ください。

展示		ご回答欄
1	展示タイトル	
2	展示の概要	
3	反響はいかがでしたか。特に誰に人気でしたか。 回答例：大人、女性、子ども（特に小学生など）、親子、カップル、年配者など。	

プログラム		ご回答欄
1	プログラムタイトル	
2	プログラムの概要	
3	プログラムの頻度	1. ( ) 単発                      2. ( ) 年に数回 3. ( ) 月に 1 回            4. ( ) 週に 1 回 5. ( ) その他（記入 _____）
4	プログラムの継続性 *何年続いているか	1. ( ) 今年のはじめての企画 2. ( ) 今年で ( ) 年目

5	<p>反響はいかがでしたか。特に誰に人気でしたか。</p> <p>回答例：大人、女性、子ども（特に小学生など）、親子、カップル、年配者など。</p>	
---	--	--

## 2. 大人のための展示(常設・特別展の両方を含む)・プログラムについて

☆貴館の現在の活動状況をお聞きするものですので、記入される方の主観でご回答頂いてください。

問 2-1. あなたの館は大人向けだと思いますか。

1. ( ) はい

2. ( ) いいえ

問 2-2. それはなぜですか。「はい」とお答えいただいた方も、「いいえ」とお答えいただいた方も理由をお聞かせください。下の欄内にご記入ください。

問 2-3. 大人を呼ぶということに対して展示（常設・特別展）・プログラム開発の際、何か工夫をしていますか。

回答例：夜間開館をする、食べ物・飲み物を題材に使う、など。

カッコ内に○をつけてください。

1. ( ) している



「している」の方は問 2-4 から問 2-7 までお答え頂き、p. 5 の問 2-8. へ進んでください。

2. ( ) していない



「していない」の方は p. 5 の問 2-8. まで進んでください。

問 2-4. 具体的にどのような工夫をされていますか。回答例に限らず、貴館で取り組んでおられる工夫をご記入ください。

☐  
☐  
☐  
☐  
☐

問 2-5. 大人を呼ぶことに対して工夫した展示（常設・特別展）・プログラムの反響はどのくらいうまくいっていますか。あてはまる番号のカッコ内に○をご記入ください。

1. ( ) 大変うまくいった

2. ( ) うまくいった

3. ( ) ふつう

4. ( ) うまういかなかった

問 2-6. 大人を呼ぶことに対して工夫したプログラムや展示の全体に占める割合は何%ですか。

あてはまる番号を○でお答えください。

また、そうした展示・プログラムはここ数年間の傾向として増えていますか？

減っていますか？

	全体に占める割合	増えているか・減っているか？
大人を呼ぶ工夫をした展示	1. ( ) 全て 2. ( ) 半分 3. ( ) 3分の1 以下	1. ( ) 増えている 2. ( ) 横ばい状態である 3. ( ) 減っている
大人を呼ぶ工夫をしたプログラム	1. ( ) 全て 2. ( ) 半分 3. ( ) 3分の1 以下	1. ( ) 増えている 2. ( ) 横ばい状態である 3. ( ) 減っている

**問 2-7.** 貴館において過去 5 年間程度の間、大人を呼ぶために工夫をした展示（常設・特別展）・プログラムの中で最も人気だった展示・プログラムの例をそれぞれ 1 つずつ具体的にご回答ください。  
展示・プログラムのタイトル、概要、開催後の反響、特にどのような大人に人気があったかなどをご記入ください。

展示	
展示タイトル	
展示の概要	
反響/特にどんな大人に人気があったかなど。 回答例：20 代女性、カップル、年配者など。	

プログラム	
プログラムタイトル	
プログラムの概要	
プログラムの頻度	1. ( ) 単発      2. ( ) 年に数回 3. ( ) 月に 1 回      4. ( ) 週に 1 回 5. ( ) その他（記入 _____）
プログラムの継続性*何年続いているか	1. ( ) 今年のはじめての企画 2. ( ) 今年で ( ) 年目
反響/特にどんな大人に人気があったかなど。 回答例：20 代女性、カップル、年配者など。	

**問 2-8.** 貴館において過去 5 年間程度の間、もともと大人を呼ぶために工夫をしたわけではない展示・プログラムの中で、予想に反して大人の参加者が多かった、もしくは大人に人気があったというプログラム・展示はありますか。

1. ( ) あった



「あった」の方は問 2-9. までお答えいただき、p. 6 の問 3-1.  
「科学館・博物館のアート・オブジェ」についての項目に進んでください。

2. ( ) なかった



「なかった」の方は p. 6 の問 3-1.  
「科学館・博物館のアート・オブジェ」についての項目に進んでください。

**問 2-9.** もともと大人を呼ぶために工夫をしたわけではない展示・プログラムの中で、予想に反して大人の参加者が多かった、もしくは大人に人気があったという展示・プログラムの例をそれぞれ1つずつ具体的にご回答ください。展示・プログラムのタイトル、概要、開催後の反響、特にどのような大人に人気があったかなどをご記入ください。

展示	
展示タイトル	
展示の概要	
反響/特にどんな大人に人気があったかなど。 回答例：20代女性、カップル、年配者など。	
予想に反して大人に人気のあった理由	

プログラム	
プログラムタイトル	
プログラムの概要	
プログラムの頻度	1. ( ) 単発                      2. ( ) 年に数回 3. ( ) 月に1回                4. ( ) 週に1回 5. ( ) その他 (記入 _____)
プログラムの継続性*何年続いているか	1. ( ) 今年のはじめての企画 2. ( ) 今年で ( ) 年目
反響/特にどんな大人に人気があったかなど。 回答例：20代女性、カップル、年配者など。	
予想に反して大人に人気のあった理由	



## 資料2 単純集計データ

### 回答館の基本データ

#### ① 年間入場者数 (N=368)

年間入場者数	回答館数
100万人～	6
50-100万人未満	13
30-50万人未満	17
20-30万人未満	23
10-20万人未満	69
5-10万人未満	52
3-5万人未満	40
1-3万人未満	83
1万人未満	57
無回答	8
総計	368

#### ② 年間来館者に占める大人の割合 (N=368)

	回答館数
大人の割合が50%以上	201
大人の割合が50%未満	167
計	368

#### ③ 年間来館者に占める男女の割合 (N=283)

	回答館数
女性の割合が50%以上	120
女性の割合が50%未満	163
計	283

#### ④ 年間来館者に占める県内・外（地域内・外）の割合 (N=225)

	回答館数
県内の来館者の割合が50%以上の館	98
県内の来館者の割合が50%未満の館	127
計	225

#### ⑤ 主な来館者層 (N=368)

	主な来館者
大人	15
子供	49
すべて	231
その他	10
無回答	265
	570

\*複数回答

#### ⑥ 運営主体 (N=368)

	運営主体
地方公共団体	179
公的法人	97
民間	58
その他	13
無回答	21
合計	368

#### ⑥ 運営主体の内訳

運営主体(その他)の内訳
民間財団法人
第3セクター
独立行政法人
NPO法人
公益法人
NTT東日本、NHK、日本郵政公社
国立大学法人
私立大学
学校法人南山学園
学校法人
(現在は半田市施設管理協会)
宗教法人
母体: 中部電力株式会社 運営: 中電興業株式会社
医療法人
国(国交省)が設置し民間が運営)
※H18年度から指定管理者

問 1 - 1

- 地域の特徴を活かした展示・プログラム  
はありますか (N=368)

地域の特徴を活かした展 示・プログラムの有無	回答館数
ある	244
ない	111
無回答	13
計	368

問 1 - 2

- 地域の特徴を活かした展示の数 (N=368)

展示数	回答館数
全て・多数	8
1万	1
1千～1万	2
100～500	3
50～99	5
20～49	11
10～19	22
1～9	163
その他	3
無回答	150
計	368

- 地域の特徴を活かしたプログラムの数  
(N=368)

展示数	回答館数
多数	3
100～500	2
50～99	6
20～49	12
10～19	20
1～9	115
その他	2
無回答	208
計	368

- 地域の特徴を活かした展示・プログラム  
が全体に占める割合 (N=368)

	展示	プログラム
すべて	74	63
半分程度	51	31
1/3以下	109	72
無回答	134	202
計	368	368

- 地域の特徴を活かした展示・プログラムの  
増減 (N=368)

	展示	プログラム
増加	43	48
変わらない	185	113
減少	5	5
無回答	135	202
計	368	368

問 1 - 3 (N=368)

- 地域の特徴を活かした展示一覧 (省略)

- 地域の特徴を活かした展示の反響 (N=226)

反響良い	203
反響良くない/改 善の余地あり	3
特に目立った反 響はない	4
分類不可	16
計	226

\*記述回答より反響が良くないと回答しなかった館を反響がよいものとして単純計算。

\*回答数は館により無回答の場合もあり母数は一定ではありません

■ オーディエンス別：地域の特色を活かした展示の反響(N=355)

子ども	子ども	62
	小学生	37
	親子・家族	28
	中学生	19
	高校生	8
	幼児	6
	計	160
大人	大人	91
	シニア	33
	老若男女	26
	特定分野に興味ある人	15
	女性	10
	地域外(観光客含む)・海外	7
	男性	4
	若者	4
	大学生	2
	カップル	1
	研究者	1
	計	194
	その他	1
	総計	355

\*回答数は館により無回答の場合もあり母数は一定ではありません。

■ 地域の特色を活かしたプログラム一覧(省略)

■ 地域の特色を活かしたプログラムの頻度(N=134)

地域の特色を活かしたプログラムの頻度	回答館数
単発	24
年に数回	51
月に1階	19
週に1回	3
その他	37
計	134

\*回答数は館により無回答の場合もあり母数は一定ではありません。

■ 地域の特色を活かしたプログラムで(5. その他)を回答した館の記述回答

5. その他を選択した回答館のうち記述回答があった例	回答館数
常設	1
通年	1
わくわくきびなご塾:月2回、生きもの講座:年50回 冬休み、各種イベントは春休み、G.W.、冬休み、夏休み	1
年65回 科学実験教室、移動科学実験教室	1
30回	1
前期後期に分けて年に8回程度。	1
夏休み6回	1
1年に1回	1
1日2回投影	1
6月上旬～8月上旬に毎週末1日2回～4	1
月に2回	1
年2回	1

■ 地域の特色を活かしたプログラムの継続性(N=167)

継続性	回答館数
今年をはじめて	22
継続	144
その他	1
計	167

\*回答数は館により無回答の場合もあり母数は一定ではありません。

■ 地域の特色を活かしたプログラムの継続年数(N=167)

\*回答数は館により無回答の場合もあり母数は一定ではありません。

継続年数	回答館数
41～	1
36～40	1
31～35	1
26～30	1
21～25	7
16～20	11
11～15	24
6～10	39
3～5	43
1～2	14
計	142



■ 地域の特徴を活かしたプログラムの反響  
(N=226)

反響良い	154
反響悪くない が改善が必要	2
反響良くない/ 改善の余地あ	0
特に目立った 反響はない	0
分類不可	6
計	162

\*記述回答より反響が良くないと回答しなかった館を反響がよいものとして単純計算。

\*回答数は館により無回答の場合もあり母数は一定ではありません。

■ オーディエンス別：地域の特徴を活かしたプログラムの反響  
(N=255)

子ども	子ども	40
	親子・家族	42
	小学生	34
	中学生	20
	高校生	6
	幼児	2
	計	144
大人	大人	49
	シニア	23
	老若男女	12
	女性	11
	特定分野に興味ある人	8
	大学生	3
	男性	2
	カップル	2
	地域外(観光客含む)・海外	1
	若者	0
	研究者	0
	計	111
総計		255

\*回答数は館により無回答の場合もあり母数は一定ではありません。

問 2-1

■ あなたの館は大人向けだと思いますか  
(N=368)

大人向けかどうか	回答館数
大人向けでない	40
大人向け	115
どちらも	192
無回答	21
計	368

問 2-2

■ 大人向けである理由一覧（省略）

問 2-3

■ 大人を呼ぶことに対して何か工夫をしていますか (N=368)

大人を呼ぶ工夫	回答館数
している	159
していない	187
無回答	22
計	368

問 2-4

■ どのような工夫をしているかの一覧（省略）

問 2-5

■ 大人を呼ぶことに対して工夫した展示・プログラムはどのくらいうまくいっていますか (N=368)

大人を呼ぶ工夫をした展示・プログラムがどのくらいうまくいったか	回答館数
大変うまくいった	23
うまくいった	83
ふつう	49
うまくいかなかった	5
その他	1
無効	1
無回答	206
計	368

問 2－6

- 大人を呼ぶことに対して工夫をした展示・プログラムが全体に占める割合 (N=368)

	展示	プログラム
すべて	23	14
半分程度	34	38
1/3以下	72	90
無回答	239	226
計	368	368

- 大人を呼ぶことに対して工夫をした展示・プログラムの増減 (N=368)

	展示	プログラム
増加	24	38
変わらない	98	92
減少	7	9
無回答	239	229
計	368	368

問 2－7

- 大人を呼ぶことに対して工夫をした展示一覧 (省略)
- 大人を呼ぶことに対して工夫をした展示の反響 (N=98)

反響良い	89
反響悪くないが改善が必要	0
反響良くない/改善の余地あり	1
特に目立った反響はない/未調	2
分類不可	6
計	98

\*記述回答より反響が良くないと回答しなかった館を反響がよいものとして単純計算。

\*回答数は館により無回答の場合もあり母数は一定ではありません。

- オーディエンス別：大人を呼ぶことに対して工夫した展示の反響 (N=199)

\*回答数は館により無回答の場合もあり母数は一定では

子ども	親子・家族	13
	子ども	4
	中学生	4
	小学生	3
	高校生	3
	幼児	2
	計	29
大人	中年層～シニア	40
	女性	33
	大人	27
	特定分野に興味ある人	19
	若者	15
	カップル	14
	男性	8
	老若男女	8
	大学生	3
	地域外(観光客含む)・海外	2
	研究者	1
	計	170
	総計	199

ありません。

- 大人を呼ぶことに対して工夫をしたプログラム一覧 (省略)
- 大人を呼ぶことに対して工夫をしたプログラムの反響 (N=98)

反響良い	116
反響悪くないが改善が必要	1
反響良くない/改善の余地あり	0
特に目立った反響はない	2
分類不可	1
計	120

\*記述回答より反響が良くないと回答しなかった館を反響がよいものとして単純計算。

\*回答数は館により無回答の場合もあり母数は一定ではありません。

■大人を呼ぶ工夫をしたプログラムで（５．その他）を回答した館の記述回答

5. その他を選択した回答館のうち記述回答があった例	
毎年夏から秋にかけて	1
毎年お盆に3～4日	1
週に2日（土、日）に、1日2回行なう。	1
月に1回で連続4回	1
休館日を除く毎日	1
奇数月の第3土曜日の夜	1
夏休み期間中の土日に午前と午後各1回	1
例年：10～11月ごろに実施	1
毎日の平日	2
毎年6月中に2週連続で2回	1
本年は上記の内容で12月3,10,17日（土）午後実施。	1
年末年始を除く毎日	1
年に1回、土日祝日をつかつての4～5日間の連続講座	1
年に1回（恒例）	1
年に1回（12月中旬～12月下旬）	1
年に1回	1
年に16回	9
年6回	1
年5回の特別イベント時に行う	1
月に2回	1
前期・後期に分けて、年に8回程度	2
随時	1
週に4回	1
週に2回	1
シーズン中日に1～3回	1
教室は月に1回。公開投影は1年に1回。	1
期間限定 約1ヶ月と10日間	2
H17/7/22～8/7の3週末（金土日）の計9日間	1
7～9月週4日（木～日）	1
7/20～8/31	1
4月～11月 1日2～4回	1
4回目	1
30回	1
3・4・5・6・9・10・11月に1回／月、個別要望にも対応	1
20回	1
1年に1回	1
2回	2
1ヶ月間	3
1回	2

■大人を呼ぶ工夫をしたプログラムの継続性（N=116）

継続性	回答館数
今年はじめて	28
継続	86
その他	2
計	116

\*回答数は館により無回答の場合もあり母数は一定ではありません。

■大人を呼ぶ工夫をしたプログラムの継続年数（N=82）

継続年数	回答館数
41～	0
36～40	1
31～35	0
26～30	0
21～25	3
16～20	6
11～15	10
6～10	15
3～5	29
1～2	17
随時	1
計	82

\*回答数は館により無回答の場合もあり母数は一定ではありません。

■大人を呼ぶことに対して工夫をしたプログラムの頻度（N=121）

地域の特色を活かしたプログラムの頻度	回答館数
単発	32
年に数回	37
月に1階	6
週に1回	2
その他	44
計	121

\*回答数は館により無回答の場合もあり母数は一定ではありません。

■ オーディエンス別：大人を呼ぶことに対して工夫をしたプログラムの反響（N=144）

子ども	親子・家族	13
	子ども	6
	小学生	4
	中学生	1
	高校生	1
	幼児	0
	計	25
大人	シニア	32
	大人	23
	特定分野に興味あ	17
	女性	12
	カップル	8
	男性	7
	老若男女	7
	若者	6
	大学生	4
	地域外(観光客含む)・海外	3
	研究者	0
	計	119
	総計	144

\*回答数は館により無回答の場合もあり母数は一定ではありません。

問 2－8

■ もともと大人を呼ぶために工夫したわけではない展示・プログラムの中で予想に反して大人に人気があったという展示・プログラムはありますか（N=368）

予想に反して大人に人気のあった展示・プログラムがあります	回答館数
はい	95
いいえ	95
無回答	178
計	368

問 2－9

■ もともと大人を呼ぶために工夫したわけではない展示・プログラムの中で予想に反して大人に人気があった展示一覧（省略）

■ もともと大人を呼ぶために工夫したわけではない展示・プログラムの中で予想に反して大人に人気があったプログラム一覧（省略）

■ 予想外に大人に人気のあったプログラムの頻度（N=99）

予想外に大人に人気のあったプログラムの頻度	回答館数
単発	16
年に数回	24
月に1階	16
週に1回	16
その他	27
計	99

\*回答数は館により無回答の場合もあり母数は一定ではありません。

■ 予想外に大人に人気のあったプログラムの頻度で（5.その他）を回答した館の記述回答

5. その他を選択した回答館のうち記述回答があった例	
夏休みなどの長期休暇では週に3回、他は週に1回や季節によって実施しないこともある。	1
秋に10回程度	1
クリスマス時期に毎日数回投映	1
連続5回の講座	1
毎日5～6回	1
毎日2回以上実演	1
毎日5回	1
毎日	1
毎土日祝	1
毎年	1
年に1回	6
土日に上映	1
月に2回	1
週に2回	1
月曜を除く毎日	1
一日に3回	1
3年に1回	2
2～3回／月	1
1日に2～4回	1
1回	1
記念事業	1

■ 予想外に大人に人気のあったプログラムの  
継続性 (N=61)

継続性	回答館数
今年はじめて	19
継続	42
その他	0
計	61

\*回答数は館により無回答の場合もあり母数は一定ではありません。

■ 予想外に大人に人気のあったプログラムの  
継続年数 (N=50)

継続年数	回答館数
41～	1
36～40	1
31～35	0
26～30	0
21～25	4
16～20	6
11～15	2
6～10	11
3～5	16
1～2	8
随時	1
計	50

\*回答数は館により無回答の場合もあり母数は一定ではありません。

■ 予想外に大人に人気のあった展示の反響  
(N=111)

反響良い	102
反響悪くないが改善が必要	0
反響良くない/改善の余地あり	0
特に目立った反響はない/未調査	1
分類不可	8
計	111

\*記述回答より反響が良くないと回答しなかった館を反響がよいものとして単純計算。

\*回答数は館により無回答の場合もあり母数は一定ではありません。

■ オーディエンス別：予想外に大人に人気  
があった展示の反響 (N=102)

大人の内訳	回答館数
中年層～シニア	22
大人	17
女性	11
男性	11
特定分野に興味ある人	10
親子・家族	8
子ども	6
老若男女	6
若者	5
カップル	4
地域外(観光客含む)・海外	2
計	102

\*回答数は館により無回答の場合もあり母数は一定ではありません。

■ 予想外に大人に人気があったプログラムの  
反響 (N=113)

反響良い	111
反響悪くないが改善が必要	0
反響良くない/改善の余地あり	0
特に目立った反響はない	1
分類不可	1
計	113

\*記述回答より反響が良くないと回答しなかった館を反響がよいものとして単純計算。

\*回答数は館により無回答の場合もあり母数は一定ではありません。

■ オーディエンス別：予想外に大人に人気があったプログラムの反響（N=113）

子ども	親子・家族	32
	子ども	11
	小学生	3
	幼児	3
	中学生	2
	高校生	0
計		51
大人	大人	14
	中年層～シニア	13
	女性	11
	カップル	6
	老若男女	6
	男性	4
	若者	4
	特定分野に興味あ	3
	大学生	1
	計	62
総計		113

\*回答数は館により無回答の場合もあり母数は一定ではありません。

■ 予想外に大人に人気があった理由一覧（省略）

問 3－1

■ アート・オブジェまたはそれに類するものがありますか。  
(N=368)

オブジェ有	133
オブジェ無	164
無回答	71
計	368

問 3－2

■ そのオブジェはどこに配置されていますか。  
(N=135)

設置場所	回答館数
博物館の前	51
博物館のエントランス(屋外)	26
博物館のエントランス(屋内)	45
博物館の展示(屋内)	27
その他	18
計	167

\* 複数回答



### 資料3 調査結果データ別のマップ

□MAP01:地域の特色を活かした展示の具体例---(表4-1)

□MAP02:地域の特色を活かしたプログラムの具体例---(表4-2)

□MAP03:大人向けの展示の具体例---(表4-4)

□MAP04:大人向けの展示「生活に密着した科学」の具体例---(表4-5)

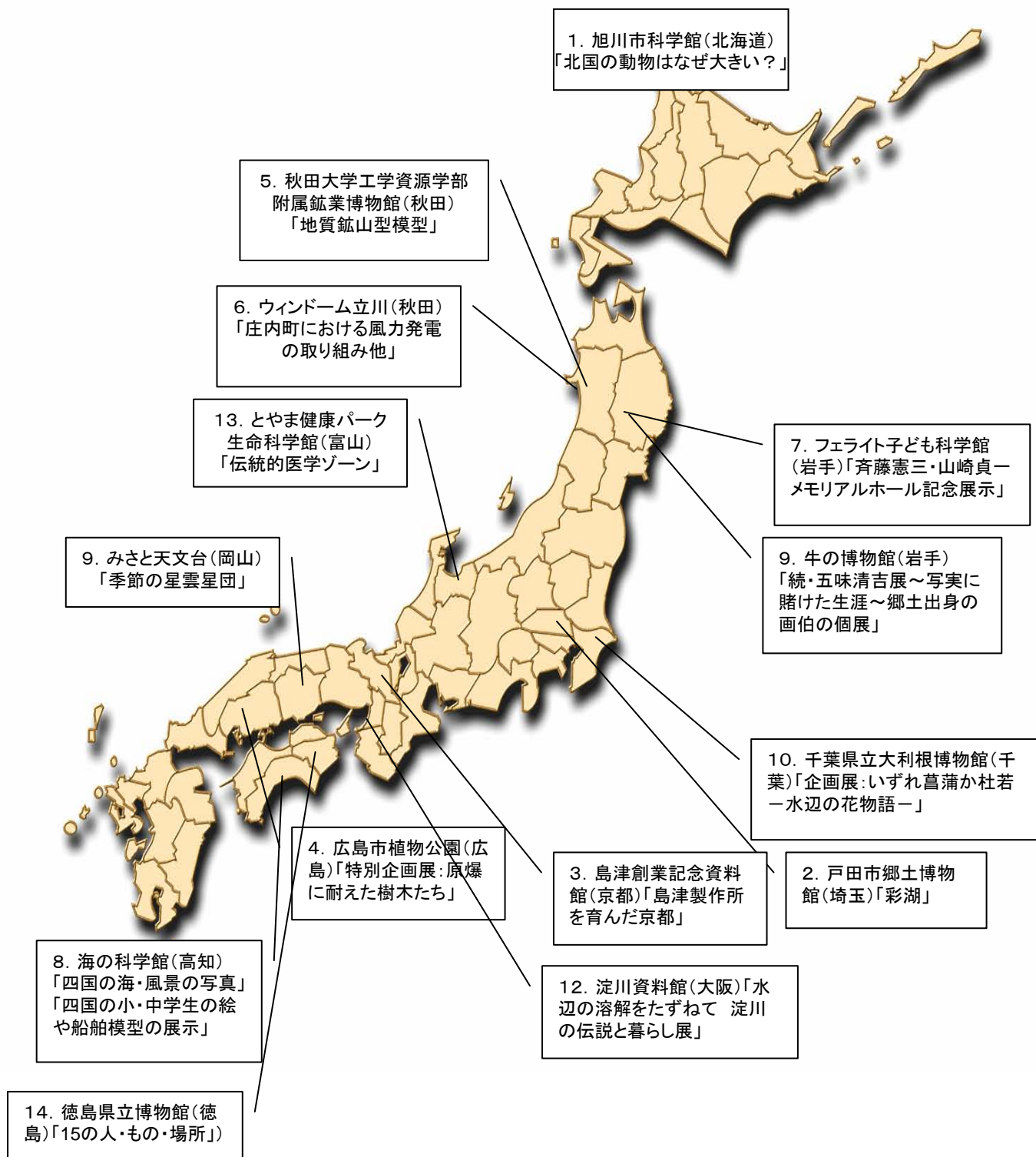
□MAP05:サイエンス&アートに関する展示(光・視覚・かけ合わせ型) --- (表4-6, 4-7)

□MAP06:予想外に大人に人気のあった展示の具体例---(表4-10)

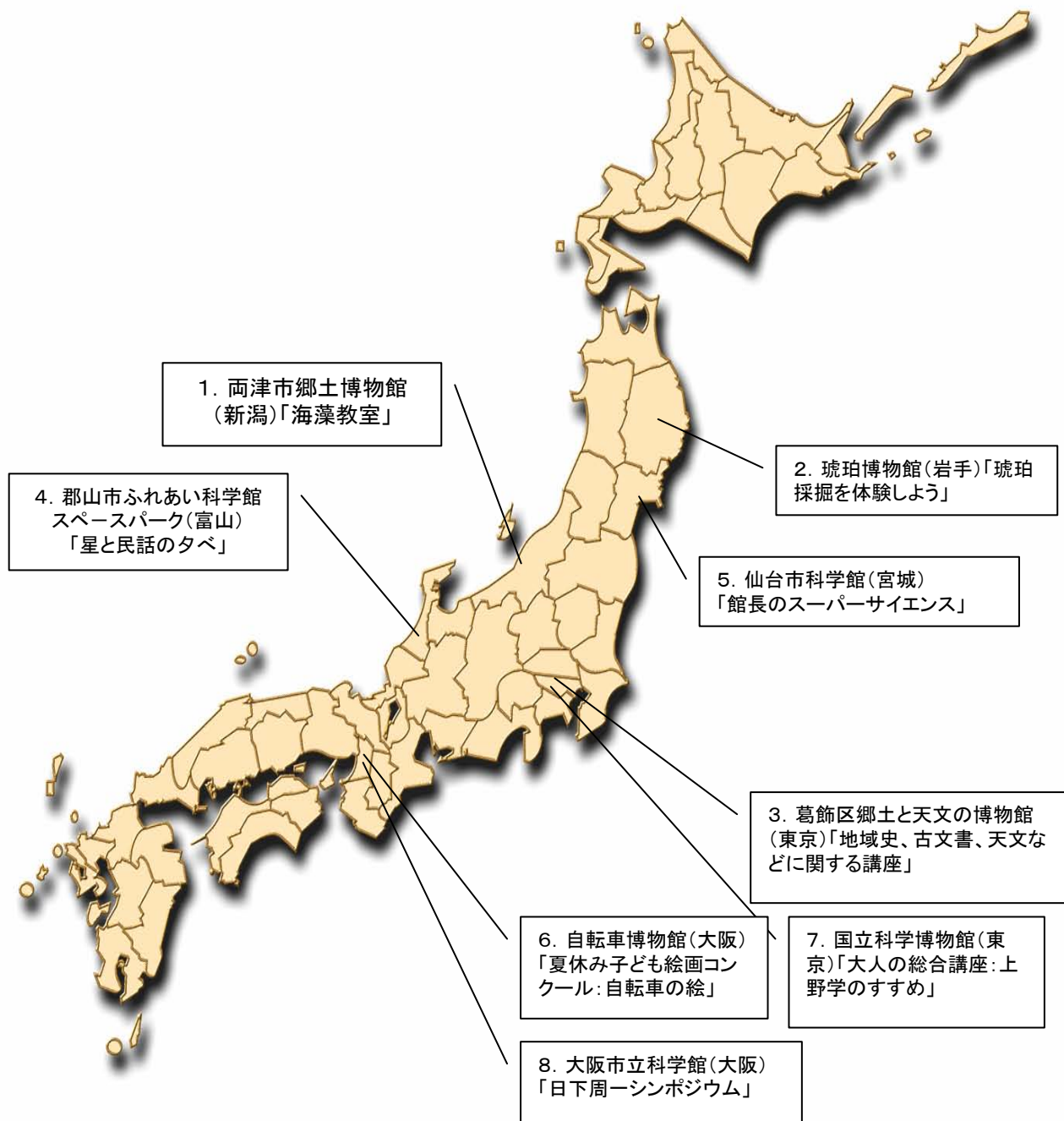
□MAP07:予想外に大人に人気のあったプログラム  
「生活に密着した科学に関連したプログラムの具体例」 --- (表4-13)



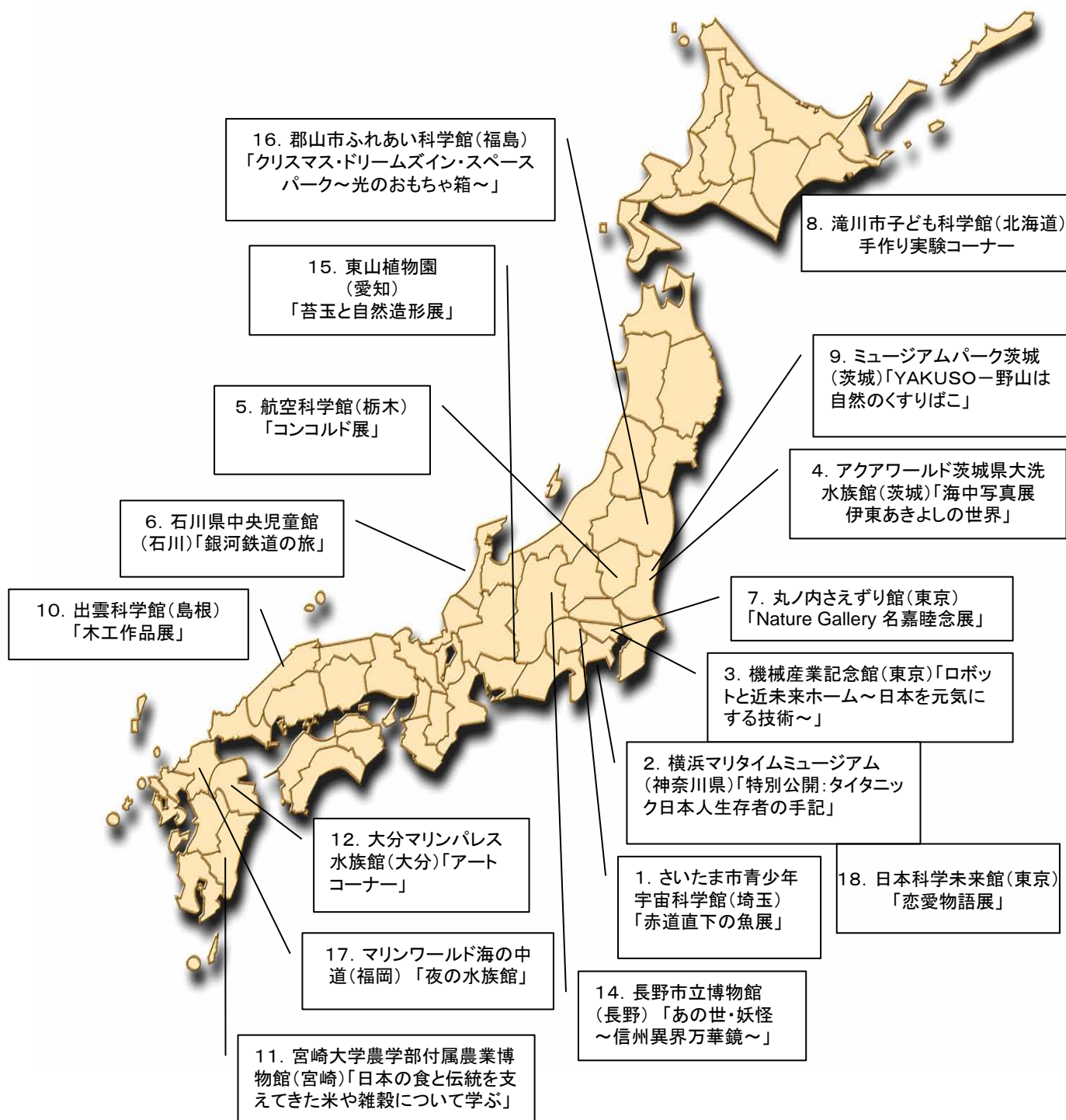
## MAP01: 地域の特徴を活かした展示の具体例



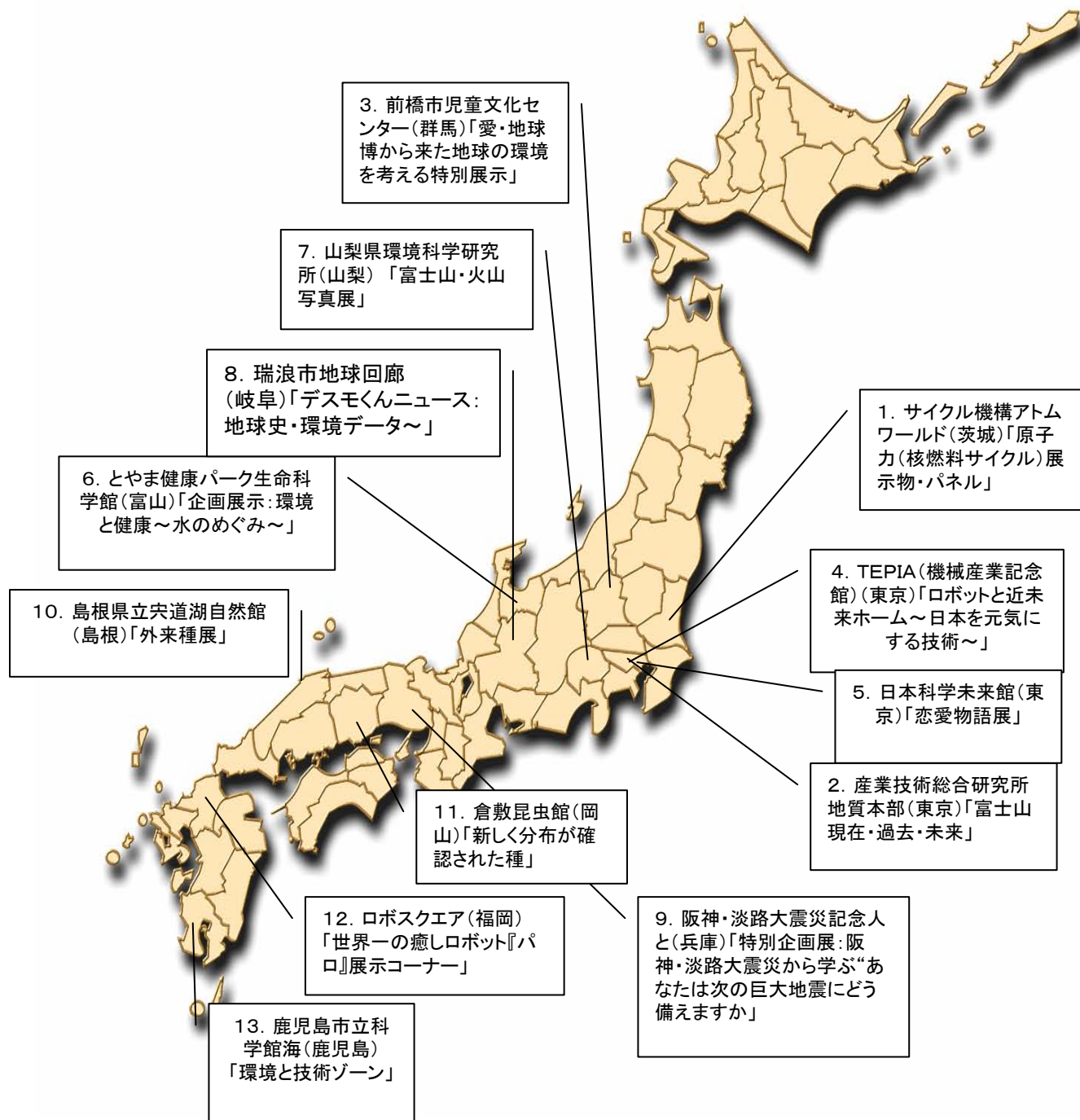
## MAP02: 地域の特徴を活かしたプログラムの具体例



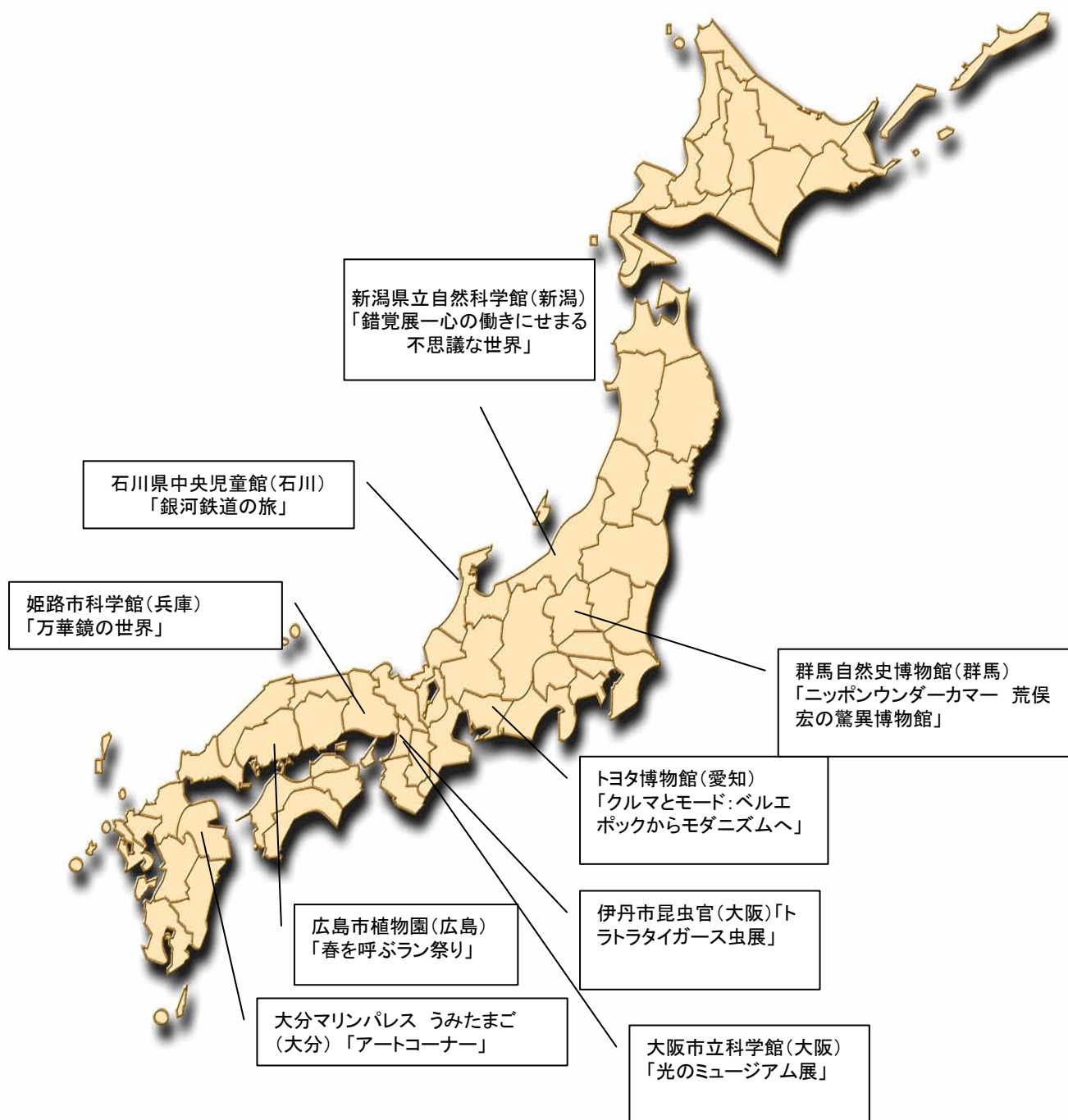
## MAP03: 大人向けの展示の具体例



## MAP04: 大人向けの展示「生活に密着した科学」の具体例

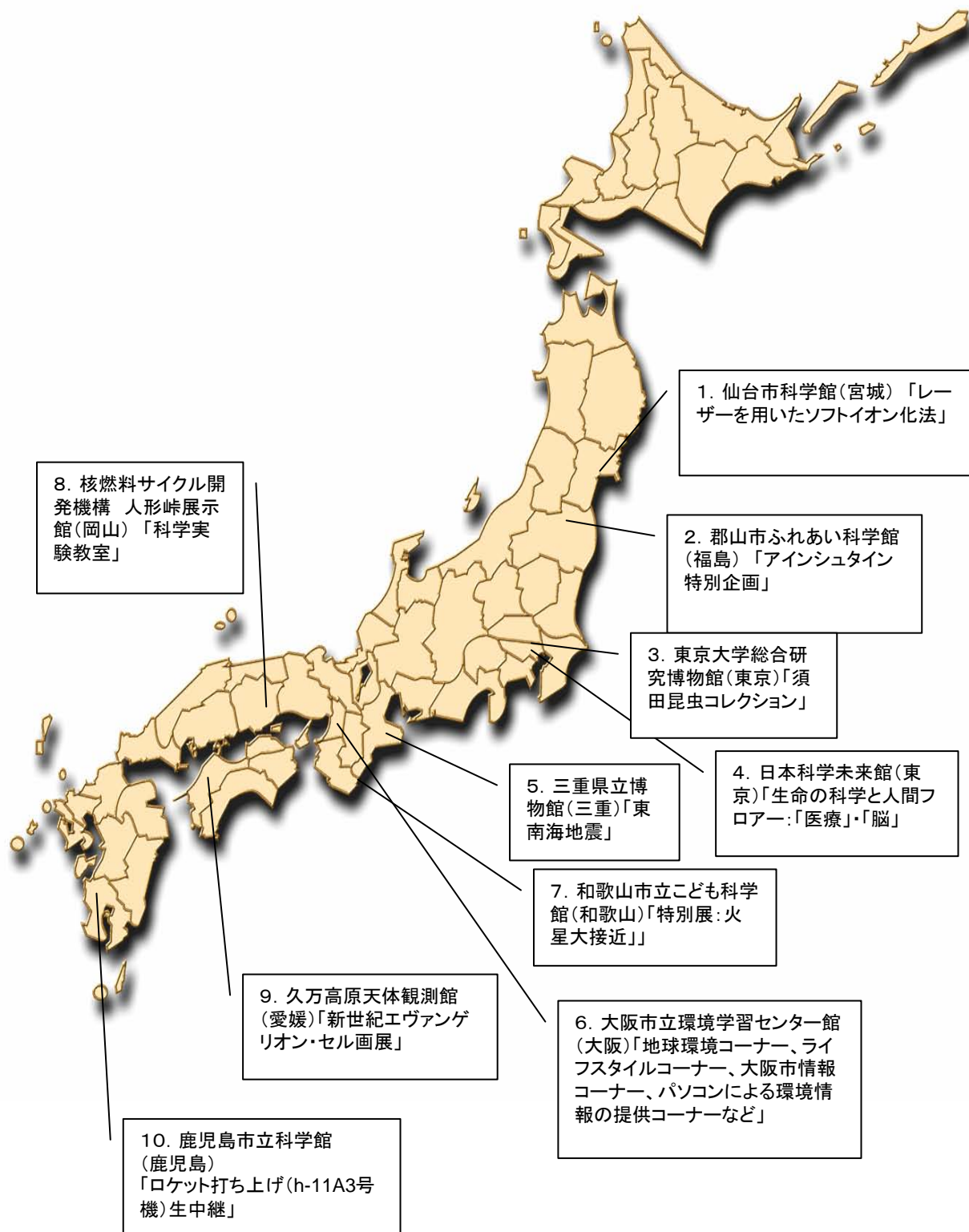


## MAP05:サイエンス&アートに関する展示(光・視覚・かけ合わせ型)の具体例

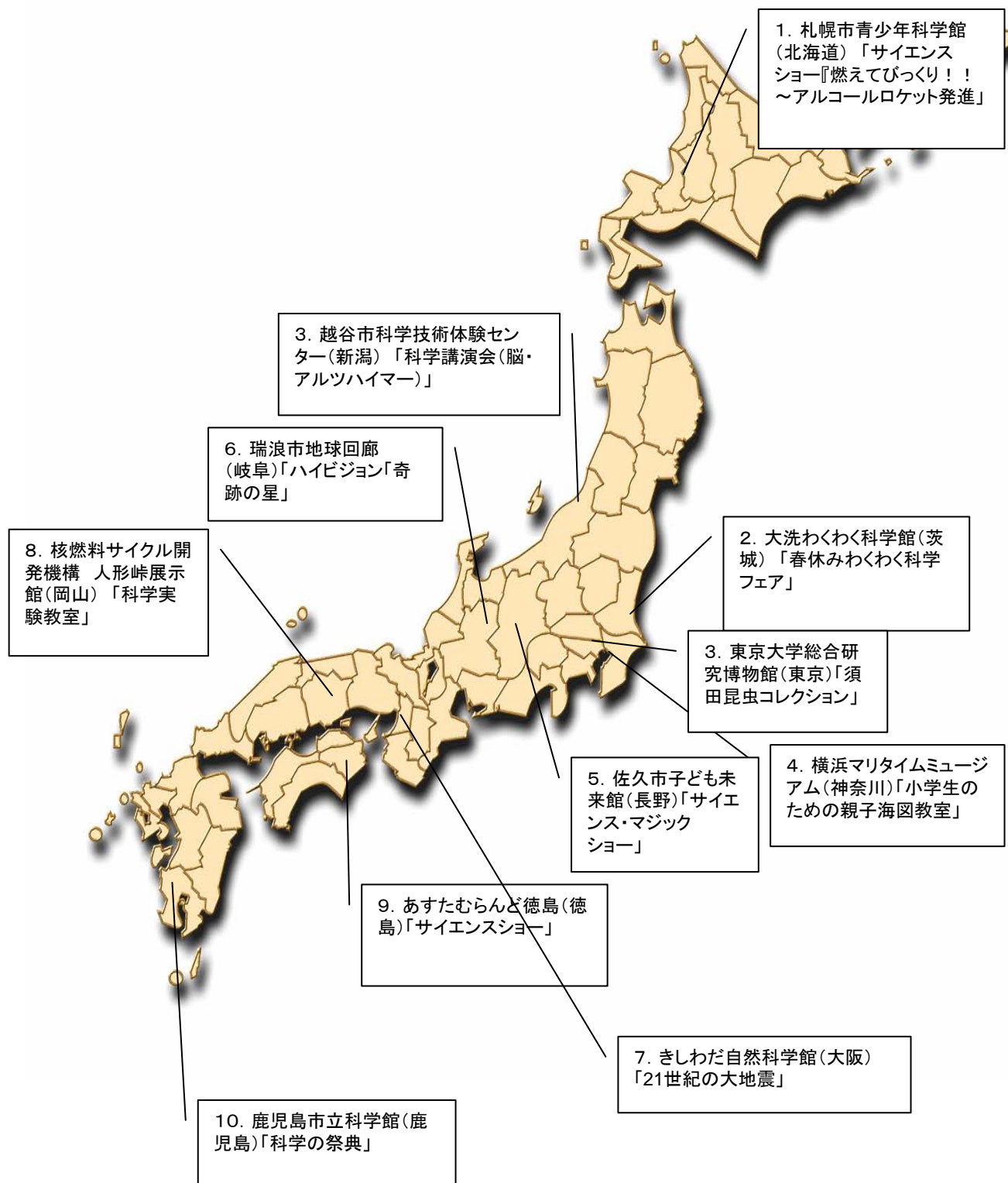




## MAP06: 予想外に大人に人気のあった展示の具体例



**MAP07: 予想外に大人に人気のあったプログラム**  
**「生活に密着した科学に関連したプログラムの具体例」**



資料4 マリアン・コシュランド科学館



#### 4-1. マリアン・コシュランド科学館イベント一覧（ファクター別）

工夫されているファクター	内訳
1: ピザやワインなど食べ物・飲み物を用いたもの	①Pizza and Prose, with Julie Wakefield, November 8, 2005
	②Pizza and Prose, with Dr. Robert Hazen, September 13, 2005
	③Pizza and Prose, with John D. Cox, July 12, 2005
	④Pizza and Prose, with Debra Niehoff, May 10, 2005
	⑤Subs and Prose, with Susan Okie, March 9, 2005
	⑥Sipping Science – An Evening of Red Wine Tasting and Wine Science, February 17, 2005
	⑦Sipping Science – An Evening of Red Wine Tasting and Wine Science, February 17, 2005
	⑧Strange Brew: Yeast Genetics and the Evolution of Beer Styles, March 30, 2006
	⑨The Science of Chocolate, April 6, 2006
	9
計	①Is it Going To Snow? The Science of Predicting Washington's Weather and Global Climate, November 18, 2005
2: 気候変動や温暖化をテーマとしたもの	②Lunchtime Discovery: Impact of the Earth-Sun System, October 27, 2005
	③There's a Storm Brewing: Hurricane Forecasting, September 14, 2005
	④Special Presentation on the Indian Ocean Mega-Tsunami, February 7, 2005
	⑤Warm Up: Mix and Mingle at the Koshland Science Museum, February 15, 2006
	⑥Greening the Built Environment as a Response to Climate Change -, February 9, 2006
	⑦Winter Wonderland: Penguins and Polar Bears, January 28, 2006
	⑧North Pole: Perils and Puzzles; Andy Revkin, New York Times Reporter, May 13, 2006
計	8
3: 映画・映像・写真を用いたもの	①Communicating Science Through Film: An Evening with Alex Singer, September 27, 2005
	②Communicating Science with David Clark: Recreating the Past, Exploring the Future, February 22, 2006
	③Envisioning Science: Felice Frankel, MIT Research Scientist and Photographer, May 11, 2006
	④Science Through Film, January 27, 2005
	⑤Communicating Science Through Print and Radio: An Evening with Joe Palca, October 20, 2005
計	5

4: DNAをテーマとしたもの	①Murder at the Museum: A Crime Scene Investigation, August 20, 2004
	②Clue: Solve the Mystery with DNA and Forensic Evidence, Part I, November 17, 2005
	③Stories of Descent: Deep Genealogy, July 21, 2005
	④DNA Jewelry, June 11, 2005
	⑤Family Science: Origami and DNA, Unfolding Life's Mysteries, April 29, 2006
計	5
5: ターゲットを絞った無料入館日 (ファミリー及びシニア)	①Family Open House November 20, 2004
	②Senior Citizen Open House November 7, 2004
計	2
6: 記念イベント	①Grand Opening, April 23, 2004
	②Celebrate Our First Year Anniversary with a Day of Free Events, April 23, 2005
計	2
7: ガーデニング	①Green Design: Rooftop Gardens for a Sustainable City, Part 1, May 24, 2006
	②Green Design : Rootop Gardens for a Sustainable City, Part 2, May 25, 2006
計	2
8: サイエンス・カフェ	①Science Café: Alternative Energy, April 22, 2005
	1
9: サイエンス・クイズ	①Science Trivia Night, March 23, 2005
計	1
10: コメディ劇をもちいたもの (シアター)	①Rational Comedy for an Irrational Planet, March 16, 2006
計	1
合計	35

## 4-2. マリアン・コシュランド科学館概要

マリアン・コシュランド科学博物館 The Marian Koshland Science Museum

<http://www.koshland-science-museum.org/index.jsp>

- (1) 対応者: Erica C. Shugart, Ph.D. (オンラインメディア及び教育部部長)
- (2) 日時: 2005 年 3 月 11 日 10:00-11:00
- (3) 調査結果概要

### ■ ミッション・ステートメント

ナショナル・アカデミーの資源を拡大させ、科学の価値及びその性質についての理解を促進させること。

・ワシントン DC のチャイナタウン付近にできた新しい科学系博物館。開館したのは 2004 年 4 月。この科学館は、対象者が 13 歳から一般の大人というのが特徴である。入り口から入ると、すぐに受付がある。受付の横には、チケットのバーコードを読んで来館者を入場させる入場ゲートが 3 つほどある。

・入場料は大人が 5 ドル。65 歳以上が 3 ドル。軍従事者が 3 ドル。学生 3 ドル。5 歳から 18 歳までの子どもたちが 3 ドル。

マリアン・コシュランド科学博物館には 3 つの展示があり、そのうちの 2 つが特別展で 2 年以内に巡回展となる。展示の特徴としては、最新の科学と時事問題に関連したテーマを扱っており、現在の展示は 1) 科学の不思議、2) 地球温暖化と私たちの未来、3) DNA というタイトルである。

入場の際にも、チケットのバーコードを読み取らせるが、展示の途中に、バーコードを読み取らせてアンケートに参加できるインタラクティブ・コンテンツもある。

入ってすぐの大型スクリーンのホールは、カクテル・パーティーやイベント会場としてよく使用されるらしい。AAAS の会議でもレセプション会場として使用された。

全体の職員は 9 人。ボランティアが 20 人。

現在、科学がバックグラウンドの職員がいないので、今年リクルートする予定。

パブリック・プログラムでは、「サイエンス・カフェ」を行っている。4 月 22 日のサイエンス・カフェのテーマは「アルタナティヴ・エナジー」であった。

基本的には、大人をターゲットにしているが、週末は高校生が展示フロアに出て、来館者と交流するというプログラムがある。

ほとんどのプログラムではユニヴァーサル・ラングエージである食べ物・飲み物を用意するという。例えば、ランチ・ディスカッションシリーズでは、リフレッシュメントを館が用意したり、Pizza & Prose シリーズではピザと飲み物が用意されたり、ワイン・テイasting も頻繁に開

催されている（資料3－1）。

受け付けにも科学館の名前入りのウェルカム・チョコレートを用意して、無料で振舞っている。

ITをふんだんに利用した展示は、これまでの展示とは異なる斬新性がある。

ITを利用して、1900年をはじめから現在に至るまでに地球温暖化がどのように進んだかを示す展示がある。これは、来館者が自分の体を使用して、左から右に年代を進めるバーを動かすことによって、その時代時代のデータを表すことができるものである。このバーを動かすという展示は、来館者の能動的なアクションを引き出している。



写真1 イベントやレセプションに使用される  
入り口を入ってすぐのホール



写真2 地球温暖化の変化をバーを動かすことによっ  
てデータをみることができるインタラクティブな装置



写真3 身近な動物と人間の遺伝子の違い  
（何%が人間と同じ遺伝子かについての展示）



写真4 ウェルカムチョコレート。受付にあり、無料で  
ふるまわれている。



## 補遺 博物館・科学館インタビュー調査メモ

(調査実施日順)

インタビュー調査は先のアンケートから特徴ある館を選定し、1) 地域の特色を活かした展示・プログラムの実施状況、2) 大人向けの展示・プログラムの実施状況の詳細に加え、個々の科学館・博物館の現状と課題について、2006年1月から2月にかけて調査を行った。インタビュー調査館は以下の8館である。

1. いおワールドかごしま水族館（鹿児島県）
2. 牛の博物館（岩手県）
3. 久慈琥珀博物館（岩手県）
4. 防府市青少年科学館（山口県）
5. ロボスクエア（福岡県）
6. 大牟田石炭産業館（福岡県）
7. 自転車博物館（大阪府）
8. トヨタ博物館（愛知県）

限られた館ではあるが、インタビュー調査より、効果的な取り組みが行われている科学館・博物館に共通すると思われる点をまとめると以下ようになる。

### 1. よい取り組みが行われている科学館・博物館に共通する点

- 1) 設置理念や使命が明らかであり、職員がそれを共有し自覚している。
- 2) 来館者の反応やニーズに敏感。限られた予算・人材ではあっても展示やプログラムに来館者の声を反映させようと常に心がけている。
- 3) 必ずしも展示だけにはこだわらない。イベントや教育プログラムなど多様な活動をしている。
- 4) 企画は、職員全員が参加して考えている。また、立案をする人が館長の場合などでも若いスタッフのアイデアも積極的に採用する。
- 5) 情報発信・広報に熱心。ウェブ、ニュースレターのみでなく、マスコミに対しても積極的に情報発信を行っている。
- 6) 職員・スタッフが、個々の専門にとらわれず、熱意を持って取り組んでいる。また、他の業種から移ってきた後に専門的知見を見に付けつつ、幅広い取り組みをしているケースも多い。

## 1. いおワールドかごしま水族館（鹿児島県）

訪問日：2006年1月13日

対応者：館長

### ① 基本データ

- ・ 平成9年オープン。来館者数は、H9：121万人、H10：75万人、H11：56万人、H12：53万人。以降上昇に転じ、現在は約70万人を維持。
- ・ 来館者としては20代のカップル、子ども連れの30代の女性が比較的多い。
- ・ 入館者増の理由としては、
  - a. 年間パスポート制を導入(2回来館すれば見合う料金)。年間10～20回来館する子供もいる。首からぶら下げるタイプなので、子供達の間で一種のステータスとなっている面もある。
  - b. 飼育しているジンベエザメが大きく成長したら海に放すというイベントを、鹿児島市長や市民を巻き込んで開催、マスコミでも取り上げてもらっている。
  - c. 水族館で総合学習を行う等、教育活動にも力を入れてきた。単なる修学旅行ではないということで、福岡や佐賀の小中学校や茨城の高校からも来ている。
- ・ 学校の先生と協力を深めたいが、課題である。

### ② 職員

- ・ 常勤職は、嘱託員、臨時職員も入れて68人。また市民のボランティアが124人。
- ・ 水族館駆け出しの職員を研修後、すぐにカウンターの前で生きものの解説をさせて、来場者が何を感じ取っているのか敏感に感じとらせるようにしている。

### ③ 館名

- ・ 「いお」とは、西日本において、「うお」を意味する言葉。

### ④ 展示内容

- ・ 500種類、3万匹の魚がいる。
- ・ 食物連鎖を通じて、地球環境や太陽との関わりについて考えるというコンセプト。
- ・ JAMSTECと共同で、サツマハオリムシについて過去3年間共同研究をしたこともある。
- ・ 子供向け、大人向けの水槽といった区別はない。同じ水槽でも、子供と大人、素人と専門家で見方が違う。むしろ分けない方が良いのではないか。
- ・ サツマハオリムシは海底火山の展示コーナーで出てくるが、動かないので子供にとっては余り面白くない辛口展示だが、それはそれで良いと思う。大人は植物なのか動物

なのか分からなくて逆に興味を持つようだ。

- ・ 小五の理科の単元に出てくる「メダカ」を、50 人の小学校教師に解説したことも。野生のメダカを見た経験がある教師は、僅かに 1 名だけだった。

#### ⑤教育プログラム等

- ・ 生きもの講座は座学が基本だが水槽のバックヤード見学も講座のテーマによっては実施している。
- ・ 他方、きびなご塾は個人参加のワークショップ。双方向なので人気がある。小中学校が土曜休みになったので、第 1・第 3 土曜日に開催。テングサを原料とした寒天作り、魚の解剖が人気あり。抽選になる。
- ・ 中学校 2 年生対象の職場体験学習や、大学生のインターンシップなどがある。
- ・ GWや夏休みに夜 9 時まで開けるプログラムあり。ペンライト片手に夜のサンゴ礁を観察したり、イルカが眠りにつく様子を観察したりする。
- ・ クリスマスに黒潮水槽の前でハンドベルの演奏。普段から「水は和む」と雰囲気を楽しむために来る人もいるので好評。
- ・ 身体表現プログラムとしては、きびなご塾の中で、タカアシガニやジンベエザメの真似をする親子プログラムが有る。（参加者同士で何の真似か当てっこする。）
- ・ 職員全員がそれぞれ参加して新しい展示内容を考えていくためのワーキンググループが多数ある。

#### ⑥ショップ・レストラン

- ・ アマゾン展の時はレストランでブラジル料理を出し、ショップでブラジルグッズを販売した。また、流氷展の時は、クリオネに関するグッズを販売した。

#### ⑦その他

- ・ 今後については、予算の制約はあるものの、子ども達の学習エリアの拡大や市民との垣根を取り払うとの観点からのボランティアの充実等に取り組みたい。
- ・ 最近の科学館展示の中には、アイデア段階から業者が出しているケースが見られ、その結果、展示内容が似通ってきている。もっと職員自身がオリジナルのアイデアを出していく必要がある。
- ・ 生き物は、実物を見ないと本当の姿は分からない。ネットワーク授業で理解できるのは一部分だけでは限界がある。国は、その点を踏まえて施策を検討して欲しい。



## 2. 牛の博物館（岩手県）

訪問日：2006 年 1 月 25 日

対応者：副館長、主任学芸員

### ①設立経緯

- ・ 平成 5 年頃、自治省のふるさと創成事業に応募。前沢牛の産地であるという地域の特徴を活かした世界唯一の牛に関する総合博物館となることを目指した。
- ・ 2 年後、地域作りの核、観光拠点、情報発信基地としての役割を担うことを期待されて設立。
- ・ 人口 1 万 5 千人の小さな町が、このような博物館を維持していくのはきつい。
- ・ 来月（平成 18 年 2 月）には、前沢町も参加して新しく奥州市（人口 13 万人）ができる。新市域には他に博物館は無いことから、増強をアピールしていきたい。

### ②職員

- ・ 非常勤館長（東北大名誉教授）、常勤職員 3 名、非常勤職員 2 名、計 6 名。
- ・ 常勤職員 3 名は、事務担当も含めて全員学芸員資格を保持。なお、副館長は元々町役場の行政官。博物館の設立を担当し、後、別の業務に就いていたが、希望して同館へ戻ってきた。
- ・ ボランティアは、資料登録の手伝いや、アイスクリーム作り体験等の補助をする。

### ③来館者

- ・ 来館は夏季が中心。ピークのGWやお盆には一日当たり 500～600 人の来館者がある。トイレが順番待ちとなることも。
- ・ 年間来館者数としては、4 年前に 1 万 5 千 5 百人で底を打ち、以後は毎年 2 千人ずつ増加。
- ・ 本館は、東北道の IC より近い。県内の情報を集めたり、トイレ休憩をしたりする岩手県観光の玄関口となっている。
- ・ 冬季は、人足が途絶える。この時期、県内の博物館・美術館の 1／3 は閉鎖される。（当館のようにレストランの営業も続けるのは極僅かである。）

### ④展示内容

- ・ 開館時まで 2 年間の準備期間しかなかったため、当初は展示説明（キャプション）も簡単なものであった。その後、手作りで（予算が無いため）、徐々に来館者の反応を見ながら、難しい説明を追加していった。このため、キャプションのレベルが不揃いで

あるが、逆に来館者の要望にきめ細かに対応できるという利点もある。

- ・ 基本的には、お母さんが子供に話して聞かせるといった感じで作っている。色もカラフルにしている。
- ・ 展示資料数としては、開館時は600点と乏しかったが、その後、世界唯一の博物館ということで全国からの寄贈もあって、現在では1300点余りとなっている。
- ・ レプリカではなく、なるべく本物を入れるようにしている。また、維持費がかさむので、コンピューター映像は使っていない。
- ・ 展示品は、子供の目線を考えて、皆床に置いている。露出展示として、触っても良いようにしている。
- ・ ジオラマは置いていない。(費用がかかる上に、一度設置すると、後で撤去して展示を変更するのが難しいから。)
- ・ 学校から来る子供達に対しては、「鉛筆とノートは持って来ないで」と言っている。時間内に報告を書くことが負担になり、博物館嫌いにしてしまう。まずはじっくりモノを観て、観察することが大切。
- ・ キャプションも長くしない。観察できなくてつまらないから。(例えば、国立民族学博物館などのキャプションは長くない。)
- ・ 「ミルクの夜明け」という企画展では、色んな時代の給食を再現した。これは親子で楽しめる家族向けのもの。「どんな人が来ても楽しめる」ということは、現実的にはあり得ないと思う。
- ・ 「博物館は、学芸員の研究成果を出す場」というのも少し違うと思う。概して展示がつまらなくなる恐れ有り。
- ・ モノ・カネ・ヒトと全て、揃って無い。とにかく工夫するしかない。

## ⑤教育プログラム

- ・ 牛に関するテーマで出前講座や、当館での講座（近所の農業高校の牛が応援に来る）を開いている。
- ・ また、バター・アイスクリーム親子体験教室を年間20回くらい開いている。1度に20～60人くらい参加する。博物館事業なので、バターの歴史や科学的な説明から入るため、親は大いに関心を持つ（一方、子どもは早く作りたがる）。
- ・ 五感を使って感じる大切。大晦日には、除夜の鐘の代わりに108種類のカウベルをぶら下げて鳴らしたこともある。
- ・ 障害者を持つ来館者も多い。展示物に触れられるし、音が聞こえるので、表情が生き生きとしてくる。

## ⑥企画

- ・ 3人の学芸員が、それぞれ一年に一つの企画展を考える。それを毎週の館長とのミーティングの中で、煮詰めていく。親子や、団体、年寄りなどの動向を踏まえて検討する。
- ・ 本館はこじんまりしているので、その日の来館者に合わせた対応が迅速かつ柔軟に出来る。例えば、今朝は幼稚園の団体が「戌年企画展」を観に来たので、説明員はオオカミのお面を付けて（赤ずきんちゃん風）対応した。また「卯年企画展」開催中には、事務室員も含めて全員がウサギのお面を付け、来館者に喜ばれた。
- ・ 今年の正月は、餅つき体験をやった。博物館は使い捨てではいけないと思い、餅つきの道具や餅をつく人の衣装は、全て戦前・戦中のものを集めた。また食器も漆塗りのお椀とした。博物館の行事は、こだわりを見せたいと思う。

## ⑦レストラン・ショップ

- ・ 民営。牛肉料理が中心。地元からは高いと思われる。
- ・ 「酉年企画展」の際には、明治の文明開化時の鳥料理を再現。
- ・ ショップは、友の会の運営。思い出作りに役立つグッズを販売。

## ⑧情報発信

- ・ 世界唯一の牛専門の博物館のせいか、北海道、関西、山口からも、メールによる問い合わせが多数来る。対応が大変。
- ・ 学校は、子どもに問い合わせる前に、まず自分で調べることを教えて欲しい。
- ・ あと牛に関するグルメ番組では、年に2～3回くらいは紹介される。今年の元旦にも、全国放送で15分くらい放映された。

## ⑨今後の計画

- ・ 現在の規模は中途半端。企画展のスペースは元々図書室。巡回展も呼びたいが、狭くて無理。
- ・ 教育や研究を行う本格的な牛に関する総合博物館とするためには、美術館機能も備えた郷土博物館としたい。
- ・ しばしば「生きた牛がいますか」と尋ねられるが、現時点では無理。
- ・ 学芸員も、自然科学系だけでなく、美術系や歴史系も欲しい。

### 3. 久慈琥珀博物館（岩手県）

訪問日：2006年1月26日

対応者：館長

#### ①設立経緯

- ・ 久慈は古くから知られる国内最大の琥珀産地。
- ・ 博物館は企業運営。もとの親会社は東京の宝石販売会社。S55年に、県と市から琥珀の加工販売会社設立の誘致を受けた（館の場所は歴史のある琥珀鉱区内にある）
- ・ 当初から視察見学の希望が多く、S59年4月三陸鉄道開通に合わせて資料室を開設。
- ・ 平成3年4月に資料室を統合整備した新館を開設し、翌年3月に博物館法に基づいた博物館相当施設の登録を受けて、久慈琥珀博物館と名称変更した。
- ・ 近年の参加体験に関するニーズの増大から、昨年6月に新棟新館を追加オープンした。

#### ②来館者

- ・ 世界的にも琥珀専門の博物館は、バルト海沿岸等数館しかない。当館は、琥珀の科学的な側面や歴史についても紹介するなど総合的な館である。珍しいせいか、観光業者、自治体、学者など様々な来館者がある。
- ・ 総合学習が導入されて、学校関係の来館が増えた。
- ・ 年間では4万5千人。東北内の観光がごく近場か海外へ二極分化した影響からか、ここ数年下降傾向だったが、去年は新館効果で上昇。
- ・ ピークとなるGWには、1日2000人。冬季は、平日10人、週末でも20人程度となる。
- ・ 入館料収入だけでは人件費も賄えないが、他に併設の宝石ショップの売り上げがあるため、何とかやっつけている。

#### ③職員

- ・ 館長1名、専任学芸員1名（昨年採用したばかり）、サービス2名（各種案内や商品に対するクレーム対応等）、受付1名、非常勤1名の計6名。
- ・ 昨年から、久慈琥珀株式会社として、博物館運営、加工、販売に加えて、琥珀の採掘も開始した。（館長は採掘作業の監督も担当しているとのこと。）

#### ④展示内容

- ・ 一般に琥珀という言葉については知られていても、実物を知る人は少ない。琥珀の生い立ち・成因や自然史、考古学上の人と琥珀の関わりや琥珀産業の歴史をはじめ現代の琥珀芸術作品等を展示し、幅広く琥珀を理解できる博物館を目指している。
- ・ 埋蔵文化財の中からも、たくさん琥珀が出てくる（館長は、元は市教育委員会の埋蔵

文化財発掘担当調査員で、後に当館に転職)

- ・ 親会社の社長からは、「焦る必要は無く、じっくりと地域に根付いた博物館となるように」との方針が示されている。
- ・ バルト諸国にある琥珀のサナトリウムも再現している。

#### ⑤企画

- ・ 立案は館長が中心だが、若いスタッフのアイディアも積極的に採用。試行錯誤で、「まずは取り組んでみる」がモットー。
- ・ 去年は、琥珀に限らず、焼き物等地域の産業の紹介もした。
- ・ 観光客は何故久慈を通過するか？ホテルセットの企画も観光業者にPRしている。ただし、旅行エージェントがコースに組み込むと、契約料を取られる。
- ・ まじめ一本やりで企画展を練っても、意外と反響は小さい。一方、琥珀に遊びでも触ってもらくと、すごい反響がある。要はそのバランスを取ることが大切。
- ・ 琥珀以外でも、マンモスの牙の化石に触れる企画は人気が高かった。

#### ⑥ レストラン・ショップ

- ・ 独立した社員が経営。東京の大手ホテルのシェフだった者がフランス料理を作る。
- ・ ディナーもやっている。開業医や婦人サークルが利用している。
- ・ レストランはミニギャラリーとして、縦1m×横2mほどの琥珀製大モザイク画などを飾っている。
- ・ 新館オープンを機に、客の混乱を避けるために、ミュージアムショップと宝石ショップを分けた。
- ・ クリスマス、父の日、母の日、ヴァレンタイン・デー等、季節に合わせたグッズも置いている。

#### ⑦ その他

- ・ 以前ボランティアを募集したが、数人しか応募が無かった。地方だと「企業がやる」というような目で見られてしまう。まずはファンを育てたい。
- ・ 全盲者は学ぶ意欲が高く、ちょっとした工夫でも喜んでくれるようで、こちらとしても嬉しい。
- ・ 年1～2回、トヨタのコンパニオンに来てもらって、接客指導を受ける。モノだけでは人は動かない。
- ・ 6割以上は県外から来る。バスの時間もだいたい分かっており、出迎え、見送りをする。直接の効果が有るかどうかは分からないが、要はそういう心構えが大切。
- ・ 公的な支援を受けているが、担当者が人事異動で変わると一から説明しなくてはならない面がある。

#### 4. ロボスクエア（福岡県）

訪問日：2006 年 2 月 8 日

対応者：企画・運営担当

##### ① 設立経緯

- ・ 2002 ロボカップ（福岡・釜山大会）を、福岡市が誘致した。その結果、ロボットの研究に対する認識が市民の間に広まった。そこで、ロボカップの利益を基に、ほぼ福岡市の資金 100% の科学館ができた。
- ・ 収入は、福岡市からの資金を除けば、広告料収入（ロボットが戦うリングの周りに企業名を入れる等）や寄付金等。
- ・ 支出としては、場所代（福岡の比較的中心部にあるブランド系のビルの地下 2 階）が約半分を占める。
- ・ 産業育成の観点もある。福岡市には元々工場は少く、企業誘致が進まないため、ベンチャーを育てて行こうという機運が高まった。
- ・ ロボットはその裾野の広さから、次世代の自動車産業と言われている。公募・抽選でベンチャーラボを募集し、教育用ロボットの会社が設立された（日本ロボテック）。このキットを、福岡大や九大などの大学や高専や中学校、更には埼玉の公立小学校など様々な学校で使われている。

##### ② 運営

- ・ 運営は外部有識者が集まった委員会で行われている。副委員長はソニーの北野氏で、月に何回か来てもらってアドバイスをもらっている。
- ・ 運営委員会事務局長は、福岡市産業政策部長が兼任。
- ・ スタッフ平日 2 名、土日は 4 名。うち教育・普及担当は 1 名。責任者は市の職員。他は派遣の形態。
- ・ ボランティアはいないが、大会の審判を一般の方をお願いすることがある。

##### ③ 入館者

- ・ アクセスは良い。地下鉄から直接ビル内に入れる。JR 博多駅から 5 分、福岡空港から 10 分で来れる。
- ・ 年間入場者数は約 13 万人。昨年度から今年度にかけて飛躍的に伸び、既に 12 月の時点で昨年度の年間実績を上回っている。
- ・ 世界で唯一のロボット専門の科学館のせいか、日本のみならず海外からの来館者もある（例：韓国の高校生の科学研修）

- ・ いわゆるオタクというわけではないが、新しもの好きが集まる。
- ・ 比較的目的をもった人が来ることが多いせいか、モノが盗まれたことはない。ロボットには、触れるようにしている。
- ・ 買い物ついでに寄っていく人も多い。リピーターが半分以上。天神（福岡市最大の繁華街）だと落ち着かないが、ここは少し外れているのでちょうどよい（昔の商店街の再開発地区）。
- ・ 隣の劇場である博多座帰りの老夫婦もけっこういる。AIBO が人気。動物飼いたいけど、自分が死んだ後が心配。まずここで見て・・・という感じ。ソニーが協力してくれてきた。同社のロボット分野からの撤退は痛い。

#### ④ 展示・イベント

- ・ AIBO フェアは、スクエア責任者の新川氏がソニーと付き合いが有ったことからきっかけとなり始められた。2年前に、キュリオをソニーから呼んできた。
- ・ また同時期に、福岡県が規制緩和でロボット特区となった。これにより初めて製作したロボットの性能を、公道上で確認することができるようになった。現在は、近くの川端商店街に、テムザックという北九州のベンチャー企業や、早大理工学部等がロボットを持ち込んでくる（例：ティッシュ配布ロボット、警備ロボット）
- ・ このようにして市民とロボットの付き合いが深まってきた後、AIBO 展は開かれた。初期の試作器から最新のスケルトン AIBO まで、歴代の AIBO を展示した。展示品は、ソニーが持ち込んだものもあれば、自前の品もある。ソニーの人が、AIBO の歴史や仕組みについてレクチャーした。
- ・ 期間中の入館者は、平日 1 0 0 0 人、週末 1 5 0 0 人で、通常の 5 割り増し。アメリカ本土やハワイから参加した人もいた。
- ・ このようなイベント参加者は、男性の方が多いが、女性もけっこう多い（特に AIBO）。特別に女性に的を絞った展示はしていない。子どもは男の子で、その母親が来る。OL など。また、男性は、大学生、企業関係者など様々。

#### ⑤ 教育プログラム

- ・ 教材として見ると、パソコンはコンピュータソフトだけなのに対して、ロボットはコンピュータ+もの作りとなるとところが異なる。
- ・ 毎年開催されるロボットの格闘技イベントなどを見ているうちに、うちでもやろうと思い開催に至った。従来は自前のロボットや、九大院生のロボットが参加していたが、今年3月の大会は一般からの持ち込みを公募する予定。
- ・ ふくおか子供病院やがんセンター小児病棟などにも出張して子供達にロボットを見せたが、子供・病院のスタッフからは癒されたと好評だった。
- ・ 各地のひきこもりや虐待児にも癒し系ロボットパロに触ってもらう機会をつくったと

ころ、次第に表情が明るくなってきて、1年後には自力でロボスクエアに来ることができるようになった。

- ・ パロは、人に与える効果がすごい。昨年10月までに700体売れた。また追加で100体は販売したところ、2日間で売り切れた。(ちなみに、一体約40万円。パソコン2台分のコンピュータが入っている。医療・介護施設で使われるため、毛の素材も厳選。更には、何千回もの引っ張り試験をやって、それでも抜けないことを確認。あと手作り、落としても大丈夫、電磁シールド等。)
- ・ ロボットを使った理科教育ができる教員を養成するため、熱意ある中学校教員を集めたところ、九州全域から集まった(逆に言えば、福岡だけでは集めきれなかった)
- ・ 小学校でロボットを見てもらおうという企画を立てたが、年間カリキュラムが決まっているせいか、なかなか協力が得られなかった。
- ・ 子どもはロボットに興味があるが、教員は必ずしもそうではない。教員の中にはドライバーを触ったことがない人も多く、組み立てまでは行いけないみたいだ。
- ・ 医学関係では、ストレスマネジメントのセミナーに、ロボット(パロ、キティ、AIBO)を持っていったことがある。また、3年前、福岡で開催された精神医学会総会へ持ってきてくれと言われたことがある。そのことが、こども病院への持ち込みにつながった。
- ・ 文科省の助成金を獲得している。地域子供促進事業で、「科学館を子供の居場所」にしよう」という企画である。全国で約100館が参加している(運営：子供メディアフォーラム)
- ・ 身体表現プログラムについては直接無いが、ロボカップのダンス部門と一緒に踊る子供もいる。また二足歩行プログラミング教室では、片足立ちなど自分の体で確認することがある。

## ⑥ 企画

- ・ 企画は、基本的には職員皆でアイデアを出し合う。ロボット関係者や単にロボットが好きで、ふらりと遊びに来たりする人が出してくれたアイデアを使うこともある。
- ・ 企業がここに来て企画を練ることもある。ダイキンのキャラクター「ピジョンくん」のロボット(しずく)はその一例。においを嗅ぐとパンチするロボットで現在全国をキャラバンで回っている。

## ⑦ 情報発信

- ・ 館長が報道への情報発信に熱心。無料の情報誌を市の記者クラブに投げ込むなどしている。
- ・ プレスへの取材が良く入るし、こちらから持ち込むことも。地元のテレビや新聞などは、1～2週間に1度は、取り上げられる。



- ・ クリスマスシーズンには、地元テレビで AIBO がクリスマスソングに合わせて、ダンスする。また、AIBO のダンシングチームが、マツケンサンバを踊る。いつも遊びに来てくれる愛好家がソフトをつくって提供してくれた。ロボットは絵になる。  
また海外からは、カナダのテレビからの取材も受けた。来週はフランスのテレビ局が来る。

#### ⑧ レストラン・ショップ

- ・ ロボットグッズを売るショップがある。
- ・ レストランは無い（ビルの 5 階はレストラン街）

#### ⑨ 今後の課題

- ・ 負担金は、福岡市からが大半。他の競争的な助成金を獲得するなどして、これを少しでも減額しなくてはならない。
- ・ イベントに出張すると、ロボットの出演料が収入となる。

## 5. 大牟田市石炭産業科学館（福岡県）

訪問日：2006年2月9日

対応者：館長、企画担当

### ① 設立経緯

- ・ 大牟田は国内最大の三池炭鉱（平成9年閉山）があった土地柄から、石炭について残せるところを作ろうということになった。
- ・ 平成7年、石炭のボタの埋め立て地に、大牟田市が石炭産業科学館（石炭館）を設置した。隣地に三セクのテーマパーク「ネイブルランド」も同時オープンし、両施設が連携しながら効率的な運営ができるよう、当館の運営を行う財団法人が設立された。  
しかしながら、バブルの後で、テーマパークの経営は苦しく3年半で閉園。さらに17年4月、財団法人だと経理の人員も必要なので、これを市直轄とした。常勤職員は1名で、他は非常勤。企画はNPOに委託し、経費を削減した。
- ・ ちなみに大牟田の人口は最大約21万人の炭鉱の町だったが、現在は約13万人の化学コンビナートの(港湾)都市となっている。

### ② 来館者

- ・ バス路線が無いので苦しい面もある。
- ・ 来館者は年1万4千人、うち有料者は1万1千人(いずれも16年度)。

### ③ 企画

- ・ 10年前は企画展の展示パネル等を業者に発注していたが、現在は自前。
- ・ 技術的な石炭産業の展示だけではなく、三池炭鉱での出来事や人々の暮らしなどの展示を求める声もあり、17年に「こえの博物館」事業と題し、市内の近代化遺産や証言でまとめた映像作品を作成し、館内での上映や映画祭等への出品などを行っている。
- ・ 単に科学館としてではなく、公共施設としても活用している。ピアノやギター、バイオリンのコンサート、葦ペン画展や写真コンテスト、夏休み自由研究展なども行っている。  
(化石発掘体験はNPO等の事業)

### ④ 教育

- ・ レイルクラブと連携して、ミニ蒸気機関車を走らせた。人気がある。
- ・ 「体験コーナー大集合」という企画もやった。有明高専との協力により、ダルマストーブでの発電や、電池工学会による乾電池作りなど。
- ・ 小学校への出張授業では、総合学習で石炭について話した。先生も含めて、石炭については意外と知られていない。

- ・ 「石炭なんでも学習」は、ボランティア対象。元炭坑マンも含めて7人登録。ボランティアは団体対応、展示補足などをする。
- ・ 山梨や東京の修学旅行が来る。石炭館を回って、炭鉱跡を見学する。

⑤ その他

- ・ 今後は、市民の得意技を出す場も作ってみたい。

## 6. 防府市青少年科学館（山口県）

訪問日：2006年2月9日

対応者：館長、学芸員

### ① 設立経緯と概要

- ・ 市政60周年を記念した町作り事業の一環。防府市としては、歴史だけでなく、未来も見えるような施設としたかった。
- ・ 「太陽の恵み」をテーマにしているのは、昔この地域に塩田がたくさんあったから。
- ・ 「ソラール」という名称は、全国的に知れ渡っている。また、登録博物館である。
- ・ 常勤職6名のうち学芸員は2名。

### ② 来館者

- ・ 年間4万人が来館。防府市の人口が12万人であることを考えると、これはまずまずの数字だと思う。春から夏は企画展が多く、来館者も増える。
- ・ 有料入館者は2万人。収入の内訳は、1／3は入館料収入、1／3は市から、1／3はショップ収入その他となっている。

### ③ 企画展

- ・ 企画展が多いのが特徴。2名の学芸員と非常勤の専門員（企業等の退職者）4名がそれぞれ内容を考える。
- ・ 夏休みの小中学生を対象としたイベント「おもしろサイエンス」は、比較的長く1ヶ月間にわたる夏のお祭り。講師は、小・中・高・高専・大学の教員が担当。
- ・ 他にも月に1度のペースで、企画展を開催している。
- ・ クリスマスのシーズンは、サンタの格好をしたスタッフが実験したり（例：ハンドベルの音の高さは何故変わるのか）、キャンドル作りなど。

### ④ 教育

- ・ 従来の対象では小中学生中心であったが、「青少年」科学館ということもありもっとトータルに科学普及を行いたいと考えた。そこで、広く青少年を巻き込んだ「中原中也と仲秋の名月展」を、本年秋に開催した。
- ・ 内容としては、中原中也記念館（山口市）の副館長が中也の詩のうち月が出ている作品を紹介し、その箇所について当館から天文学的の観点からの解説を加えるという趣向（例：ボートに乗った二人が観た月の位置からすると、デートの初めと終わりとでどのくらいの時間が経過したか）
- ・ 今後も、山頭火や金子みすずなど郷土にちなんだ詩人や、宮沢賢治などを取り上げてい

く予定。

#### ⑤ アメニティ・スペース

- ・ ショップは有り。
- ・ レストランは無い。天気の悪い時、団体で訪れた子供達が食事をする場所が無い。
- ・ 全体的にスペースが無く、サイエンスショーや工作をする場所の確保が困難。座る場所も無いので、映像も立って見る。
- ・ また、必要な時は、館長室を授乳室にする。

#### ⑥その他

- ・ 地域に根ざした博物館としてやってきた。8年前小学生だった子ども達が、今は大学生になっている。夏休みに館でアルバイトをさせて、巻き込むようにしている。

## 7. 自転車博物館（大阪府）

訪問日：2006 年 2 月 22 日

対応者：事務局長

### ① 設立経緯と概要

- ・ シマノ自転車の資金により設立。経営は財団法人（登録博物館）。
- ・ 会社を発展させた二代目の社長が、自転車を単なる下駄履きという存在から、健康や環境に役立つような自転車ライフを実現するものとして紹介していくことを考えた。古い自転車を並べるような展示館的存在ではなく、自転車文化の発信基地としたかったということ。
- ・ 博物館経営と企業が実施している営業・宣伝には特に異なるところはない。例えば、営業では実際にブレーキの効き具合を試してもらうが、これが博物館に来るとハンズオンと呼ばれることとなる。また、情報発信も宣伝と同じ。いかに地域の人々に支持されるかが大切。
- ・ 自転車文化を広めるといった目標が明確なので、迷い無くあらゆることに取り組む。  
（\*理念や目標が明確でない場合は、細かい展示の内容や分類などにこだわりがち）

### ② 職員

- ・ 常勤 5 名のうちシマノからの出向者は事務局長のみ。後は財団職員（専務理事 1、自転車広場担当 1 名、受付 2 名）。
- ・ ボランティアとしてシマノの退職者 20 名を登録。自転車の乗り方講習会で指導担。

### ③ 子ども向け、大人向け

- ・ 子ども向けには、面白く楽しくがモットー。例えば、パンフレットには残らず丁寧にルビをふっている。
- ・ 写真コンテストでは、雑誌で告知し全国から応募が来る。ただし、最近デジカメになってから応募が減少傾向にある（当館のコンテストに限らず一般的に写真コンテストの傾向）。

### ④ 企画展

- ・ 展示内容は 9 2 年のオープン以来変えてきており、最近は環境を強調したものになってきている。
- ・ 通勤や余暇の時間を楽しむ自転車健康ライフを提案。具体的な服装等を示したり、更には実践している自分自身の健康診断書のコピーを付けた冊子を配布し、説得力を持たせている。
- ・ 事務局長は、自転車の元全日本チャンピオン。シマノに就職後営業を経て、宣伝担当時代に同館の展示や活動に参加し、学芸員資格を取得。毎日 30 km の道のりを、30 から 40 分程度で自転車通勤。情報発信のため、世田谷区の審議会委員、NHK おしゃれ工房出演、著述多数など。
- ・ 通勤自転車を組み立てる企画も実施。3、2 万円でキットを購入し、午前中に組み立て

、午後から街へ乗りに出る。

- ・ 企画立案は、事務局長が担当。
- ・ 現在は地域の大人・子供にもものづくりの大切さに関心を持ってもらうために、自転車・外装変速機の歴史展を行っている。企画展は年間通しで実施。

#### ⑤ 教育プログラム

- ・ 6～7校の小学校総合学習に、インストラクターとして協力している。子ども達が街作りの提案を行政に対して行い、例えば新しい看板が出来たりすれば、それは素晴らしいことである。子ども達が行政に参加しているという実感を持ってくれるだろう。
- ・ 絵画展は2. 5万点の応募。応募者は4万人の小学生がいる堺が中心であることを考えると、かなりの数。館内で入選以上の表彰式は実施するが、努力賞は来館してもらって渡している。併せて、館の展示に触れてもらえるように工夫。

#### ⑥ ユニークな点

- ・ 当館が「地域に密着した展示を実施している」というのは、堺が全国の自転車生産の半分以上を占めているという意味ではない。「自転車文化とはそれぞれの地域に特有の活用の仕方があり、地域の文化に密着したものだから」という理由による。
- ・ 企業の博物館であることもあり「自転車を文化の普及」目標を明確に持っている。博物館だからといって展示にはこだわらない。マスコミを通じた情報発信、絵画展、総合学習と色んなアプローチで取り組んでいる。展示はあくまで一つの手段と考える。

#### ⑤ 今後について

- ・ 1年後に健康（中高年向け）、環境（子どもから大人を教育）、スポーツ（大人向け）とテーマを具体的に絞り込んだライフスタイル提案型の展示にリニューアルを実施する計画。

## 8. トヨタ博物館（愛知県）

訪問日：2006年2月21日

対応者：トヨタ博物館学芸グループ長

### ① 設立経緯と概要

- ・ トヨタが創立50周年記念を迎えるに当たり、トヨタ車のみならず全てのガソリン自動車を対象として、19世紀後半からのガソリン自動車の普遍的な歴史や文化について伝えることを目的とした博物館を企画。5年間の準備を経て、1989年にオープン。
- ・ 現在は愛知万博の際、出来たリニアモーターカーと高速道路のためアクセスは良くなったが、創立時には何も無かった。

### ② 職員

- ・ 現在博物館で直接採用したプロパーは1名だけ。元々設立検討時に設置された設立準備委員会のメンバーは、トヨタの各部署から人事異動により集められた。ちなみに、学芸グループ長はトヨタでは海外向けの商品企画を担当していたが、希望がかなって96年に博物館へ異動した（同館はトヨタの一部署）その後、通信教育で学芸員の資格を取得したとのこと。
- ・ 学芸員グループは15名。うち学芸員有資格者5名（女2、男3）、自動車整備スタッフ4名、嘱託3名、あと庶務と司書。
- ・ 広報普及グループ4名。年4回の機関誌発行、マスコミ対応、クラシックカーフェスティバル等を担当。
- ・ 総括グループ7名（うち1名派遣）は入館者対応等。あと博物館運営会社のトヨタエンタープライズの管理を担当。
- ・ 一般のボランティアはいないが、クラシックカーの試乗会では、社内からのボランティアを集める（なお、1930年代までのクルマは、現代のマニュアルミッション車の運転できればOK）

### ③ 展示傾向と来館者

- ・ 展示内容の説明はそれぞれ短いが、ガソリン車の変遷史については、クルマを見れば分かるようになっている。更に詳しい情報が欲しいという場合は、提供することは可能。現在資料検索システムを準備中。
- ・ 開館当時は研究成果を企画展で展示するといったようなアカデミックな傾向だった。けれども、ここ数年は「まずは親しんでもらおう」との姿勢。とにかく来館者が楽しんでいって欲しい。
- ・ このような方針の変更は、一時期の年間来館者数の低迷が関係している。17万人まで低下したが、現在は20万人台を回復。
- ・ いくら調査研究をやっても、足を運んでくれば意味が無い。足を運んでくれば、更に「一度では見切れない」とリピーターになってくれる。
- ・ 「クルマ」「クルマ」では、人は来ないため、クルマと時代背景やファッションをリンクさせた。企業の博物館ということもあり、常に社会の動きを観るようにしている。
- ・ 現在開催中の「一枚の写真展」では、一般からクルマと関わりのある家族の写真を公募した。博物館の活動に参加することで、博物館に親しみを覚えてもらえる。また当



館にとっても当時の時代背景を知る手がかりとなる。

- ・ ちなみに展示車数は約90台。レプリカも含めて全て実際に走ることが可能。

#### ④ 子ども向け・大人向け

- ・ 子ども向けのセルフガイドを用意している。
- ・ 大人に人気のある自動車の先端に付けるカーマスコットのコレクション展示コーナーは、自動車文化を表すものとして設置（もともとAVルームだったが利用者が少なかったので変更）
- ・ バックヤードツアーでは、収蔵庫に在る250台のクルマを見学。春・夏2回行われるツアーの参加者は大人が多いが、親子連れも参加する。
- ・ T型フォードの運転体験は1回に午前3組（各3人）午後3組だけ。2時間しか時間が無いので、事前に資料を読んでイメージトレーニングをしておいてもらう。参加費5千円。
- ・ キッズガレージは子ども向けで模索中のもの。1年前に設置し、現在利用の状況を見ているところ。

#### ⑤ 企画展

- ・ ファッションとクルマなど、企画は皆でアイディアを出し合う。
- ・ ここ10年間は、年4回ペースで開催。
  - a.春：文明史、自動車史
  - b.夏：子ども向け（今年は「働く自動車展」）
  - c.秋：クルマとアート
  - d.冬：それ以外の収蔵庫展など
- ・ 収集は、実用車が基本だが、華を添えるために60年代以降の豪華車やスポーツカーも入れている。本物を見られるようしている。
- ・ 運転する、座ることができる、ジオラマを覗く等の体験型展示（結果としてはハンズオン）に努めている。
- ・ 4月からの80年代の自動車の企画展ではクルマの解説を劇で行うこととしている。

#### ⑥ ユニークな点

- ・ 総合的な自動車博物館として真面目に体系的な展示を出していくよう心掛けている。
- ・ 「トヨタだけどニュートラルに紹介」といった基本方針がしっかりしている。
- ・ どうやったら楽しんで頂けるか、常に模索している。

#### ⑤ レストラン

- ・ 社内パーティでは使われているが、一般向けには貸し出してはいない。
- ・ 外国ではしばしば貸し出しが行われており、大きな収入源となっている。当館でも、いずれやらなくてはと考えている。

#### ⑦ 今後の計画

- ・ 開館から時間が経過して、展示車に比べると来館者（30～40代）が中心に育ってきた時期が時を経て新しくなっている。子ども時代の記憶に対応するように、今後は80年代のクルマを揃えていきたい。